



VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA  
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA APLIKOVANÉ INFORMATIKY

Využívání a spokojenost čtenářů se službami knihovny  
Exploitation and Satisfaction of Readers with Services at the Library

Student: Milada Velčovská  
Vedoucí bakalářské práce: PhDr. Milena Medková

Ostrava 2011

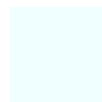


„Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně.“

Ve Valašském Meziříčí dne 11. května 2011

.....

Milada Velčovská



Upřímně děkuji paní PhDr. Mileně Medkové za odborné vedení při vypracování bakalářské práce. Dále bych ráda poděkovala paní Mgr. Aleně Srovnalové, která mi věnovala svůj čas a pomáhala mi v získávání potřebných informací o Městské knihovně v Rožnově pod Radhoštěm, jež byly důležité pro vypracování této práce.

## Obsah

Úvod.....	8
1 Charakteristika knihovny a jejích služeb .....	10
1.1 Definice knihovny.....	10
1.2 Systém knihoven v České republice .....	11
1.2.1 Knihovny zřizované Ministerstvem kultury ČR .....	11
1.2.2 Krajské knihovny .....	11
1.2.3 Základní knihovny.....	12
1.2.4 Specializované knihovny.....	12
1.3 Rozdělení knihoven podle dostupnosti služeb pro veřejnost.....	12
1.1 Historie rožnovské knihovny .....	14
1.2 Současný stav knihovny.....	19
1.2.1 Pobočky a střediska knihovny .....	21
1.2.2 Partneři a sponzoři knihovny.....	21
1.2.3 Spolupráce knihovny .....	23
1.3 Služby knihovny .....	23
2 Teoretická východiska .....	29
2.1 Služby .....	29
2.1.1 Vlastnosti služeb.....	30
2.1.2 Poskytovatelé služeb .....	32
2.2 Spokojenost.....	32
2.2.1 Spokojený zákazník.....	33
2.2.2 Nespokojený zákazník.....	33
2.2.3 Maslowova pyramida potřeb .....	34
2.3 Marketingový mix služeb .....	35
2.3.1 Produkt .....	36
2.3.2 Cena.....	36
2.3.3 Místo.....	36
2.3.4 Propagace .....	37
2.3.5 Lidé.....	39
2.3.6 Materiální prostředí .....	39
2.3.7 Procesy .....	39
2.4 Neziskové organizace .....	40
3 Metodika výzkumu .....	42
3.1 Přípravná fáze .....	42
3.1.1 Harmonogram dotazníkového šetření .....	42
3.1.2 Definování problému.....	43
3.1.3 Cíl marketingového výzkumu .....	44
3.1.4 Plán marketingového výzkumu .....	44
3.1.5 Nástroj sběru dat.....	44

3.1.6 Vzhled a obsah dotazníku.....	45
3.1.7 Pilotáž.....	45
3.2 Realizační fáze.....	46
3.2.1 Sběr údajů.....	46
3.2.2 Zpracování údajů.....	46
3.2.3 Analýza a vyhodnocení údajů .....	47
3.2.4 Interpretace výsledků .....	47
4 Analýza výsledků výzkumu.....	47
4.1 Analýza současného marketingového mixu v knihovně.....	47
4.2 Vyhodnocení výsledků výzkumu.....	52
Závěr .....	67
Seznam použité literatury .....	69
Seznam zkratk	
Seznam obrázků, grafů a tabulek	
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce	
Seznam příloh	

## Úvod

Mezi základní hodnoty lidí patří svoboda, prosperita a rozvoj společnosti i jednotlivců. Těchto hodnot mohou dosáhnout jenom dobře informovaní lidé, kteří jsou schopní vykonávat svá demokratická práva a aktivně se podílet na životě ve společnosti. Důležitou podmínkou jejich konstruktivní účasti a rozvoje demokracie je přiměřené vzdělání a svobodný a neomezený přístup k vědomostem, informacím, myšlenkám a kultuře.

Knihovny jsou kulturní instituce uspokojující touhu lidí po vzdělání. Knihovny nabízejí řadu možností jak kvalitně využít volný čas, dávají také podněty a poskytují velké množství informací. Každý člověk může v knihách najít klid, potěšení, útěchu, radu nebo třeba i nový směr, kterým se může vydat, když ztratí svou cestu životem.

Bohužel lze konstatovat, že zájem čtenářů o literaturu klesá, a to zejména u mladší věkové generace, protože se v dnešní době klade důraz hlavně na rozvoj nové technologie. Knihy jsou nahrazovány filmy v televizi a počítačovými hrami. Každý moderní člověk má přístup k internetu, kde si může okamžitě vyhledat různé informace, články, novinky, ale i knihy v elektronické podobě, a proto se internet stal obrovskou konkurencí knihoven. Knihovny vyřešily problém internetu tak, že ho začlenily do svých služeb, kdy zpřístupnily počítačové stanice ve svých prostorách k připojení se k internetu, a to většinou zcela zadarmo. Díky tomuto začlenění mohly vzniknout i další služby jako například zřízení online katalogů nebo možnost rezervování knihy přes internet.

Cílem bakalářské práce je analýza využívání a spokojenosti čtenářů se službami Městské knihovny v Rožnově pod Radhoštěm. K měření využívání a spokojenosti čtenářů se službami v rožnovské knihovně bude využit kvantitativní výzkum, kdy se bude sledovat četnost jednotlivých jevů. Zvolenou technikou sběru dat v tomto marketingovém výzkumu bude elektronický a tištěný dotazník s polostrukturovanou podobou. Na základě získaných údajů bude provedeno vyhodnocení úrovně využívání a spokojenosti čtenářů se stávajícími službami v knihovně a popřípadě budou zpracovány návrhy a doporučení na zvýšení úrovně poskytovaných služeb v Městské knihovně v Rožnově pod Radhoštěm.

Bakalářská práce je rozdělena do čtyř kapitol. První kapitola se nejdříve zabývá definicí pojmu knihovna. Dále je v první kapitole uveden knihovní zákon č. 257/2001 Sb., kde jsou knihovny rozděleny podle toho, kdo je zakládá a také podle dostupnosti služeb pro veřejnost. Do první kapitoly je dále zařazena historie a současný stav Městské knihovny v Rožnově pod Radhoštěm a služby poskytované touto knihovnou jejím čtenářům.

Druhá kapitola popisuje teoretická východiska, na kterých je bakalářská práce postavena. V druhé kapitole je definován pojem služba, vlastnosti služby a poskytovatelé služeb. Je zde také popsán rozdíl a význam mezi spokojeným a nespokojeným zákazníkem, marketingový mix služeb, kde jsou rozebrány jednotlivé prvky marketingového mixu služeb a definice neziskové organizace. Do této kapitoly je také zařazena Maslowova pyramida potřeb, která představuje hierarchii lidských potřeb, a kterou definoval americký psycholog a sociolog Abraham Herbert Maslow v roce 1943.

Třetí kapitola je věnována použité metodě marketingového výzkumu. Tato metoda se člení na přípravnou a realizační fázi. V přípravné fázi jsou popsány nezbytné kroky od vzniku harmonogramu práce až po pilotáž samotného dotazníku, bez kterých by nemohla úspěšně začít realizační fáze. Realizační fáze je zaměřena na sběr, zpracování, analýzu, vyhodnocení a interpretaci výsledků marketingového výzkumu.

Poslední, čtvrtá kapitola je vyčleněna na analýzu výsledků z dotazníkového šetření v Městské knihovně v Rožnově pod Radhoštěm. V první části této kapitoly je zanalyzován současný marketingový mix služeb v rožnovské knihovně a v druhé části kapitoly jsou pak postupně vyhodnoceny všechny otázky z polostrukturovaného dotazníku. Získané výsledky z vyhodnocených otázek jsou graficky a slovně popsány. V závěru jsou pak navrženy doporučení pro zvýšení úrovně spokojenosti čtenářů se službami v dané knihovně.

## **1 Charakteristika knihovny a jejích služeb**

„Veřejná knihovna je místní branou do světa vědomostí a základním předpokladem celoživotního vzdělávání, nezávislého rozhodování a kulturního rozvoje jednotlivců a také společenských skupin.“ [24]

### **1.1 Definice knihovny**

Veřejná knihovna je organizace, která je zřízená, podporovaná a dotovaná společností, a to buď prostřednictvím místní, regionální nebo národní správy nebo jinou formou společenské organizace. Veřejná knihovna zajišťuje přístup k vědě, informacím a uměleckým dílům prostřednictvím různých zdrojů a služeb. Je přístupná všem členům společnosti stejně bez ohledu na věk, pohlaví, rasu, národnost, náboženství, jazyk, invaliditu, ekonomické postavení, zaměstnání nebo dosažený stupeň vzdělání. [6]

Knihovny jsou tradiční instituce, které se po tisíciletí zabývají shromažďováním, zpracováváním, uchováváním, ochranou a následným zpřístupňováním publikovaných dokumentů v různých formách. Tyto dokumenty jsou lidmi vytvořené znakově zaznamenané zkušenosti, znalosti a jiné potencionální informace ukládané do organizované sbírky tak, aby mohly být znovu rychle nalezeny. Nepostradatelnou funkcí knihovny je uchovávání a ochrana historických fondů, které jsou nedílnou součástí kulturního dědictví každé společnosti. Knihovna je významným nástrojem pro uskutečňování základního lidského práva na svobodný a rovný přístup k informacím, na jejich výměnu, získávání znalostí a svobodné utváření názorů, a to všem občanům bez rozdílu.

Knihovna je také místem, kde se setkávají uživatelé s pracovníky knihovny, s ostatními uživateli a především s kulturním bohatstvím minulosti a současnosti lidské existence. Uživatelé se v knihovně setkávají nejen s literaturou, ale také i s poezií, hudbou, výtvarným uměním nebo s architekturou. [6]



## 1.2 Systém knihoven v České republice

Knihovny, které poskytují veřejné knihovnické a informační služby podle knihovního zákona č. 257/2001 Sb., lze rozdělit podle různých kritérií. Například z hlediska dostupnosti služeb pro veřejnost. [31]

### 1.2.1 Knihovny zřizované Ministerstvem kultury ČR

- Národní knihovna ČR – je knihovnou s univerzálním knihovním fondem doplněným specializovanými fondy. Národní knihovna trvale uchovává historický a konzervační fond. Je centrem systému knihoven, kde vykonává koordinační, odborné, vzdělávací, analytické, informační, standardizační, metodické, výzkumné a poradenské činnosti.
- Knihovna a tiskárna pro nevidomé K. E. Macana – tato knihovna má také univerzální knihovní fond a garantuje zabezpečení a poskytování knihovnických služeb.
- Moravská zemská knihovna v Brně – tato knihovna má univerzální knihovní fond doplněný specializovanými fondy. Tato knihovna trvale uchovává konzervační a historický fond a plní funkci krajské knihovny v Jihomoravském kraji. [31]

### 1.2.2 Krajské knihovny

Tyto knihovny jsou zřizovány příslušným krajem. Mezi krajské knihovny jsou zařazeny bývalé státní vědecké knihovny. V závislosti na rozsahu a skladbě fondu se liší jejich význam. Většinou však mají univerzální zaměření svého fondu.

Krajská knihovna má povinnost zajišťovat pro další knihovny v kraji tzv. regionální službu, která zahrnuje vzdělávání knihovníků v regionech, funkci krajských vzdělávacích center, problematiku výměnných fondů, organizaci, evidenci, dopravu, financování, krajské systémy meziknihovních výpůjčních služeb, kontrolu projektu VISK, koordinaci a kooperaci, atd. Tyto knihovny v místě svého sídla mohou plnit také funkci základní knihovny. To znamená, že se podílí na zajištění veřejných knihovnických a informačních služeb pro obec. [31]

### **1.2.3 Základní knihovny**

Základní knihovny jsou knihovny s univerzálním knihovním fondem nebo se specializovaným knihovním fondem a jsou součástí systému knihoven, který vykonává informační, kulturní a vzdělávací činnost.

### **1.2.4 Specializované knihovny**

Vedle univerzálních knihoven existují velké specializované knihovny, které se snaží doplňovat v relativní úplnosti svůj fond podle stanoveného profilu. Tyto knihovny mohou být řízeny státními organizacemi nebo působit v rámci jiných subjektů např. vysoké školy. Specializované knihovny spolupracují s knihovnami v oblasti své specializace při zavádění nových technologií v oblasti zajištění veřejných knihovnických a informačních služeb. [31]

## **1.3 Rozdělení knihoven podle dostupnosti služeb pro veřejnost**

Rozdělení knihoven podle dostupnosti služeb pro veřejnost je jedním z možných variant, jak knihovny rozdělit podle knihovního zákona č. 257/2001 Sb. [31]

### **Veřejné knihovny**

Veřejně dostupné knihovny poskytují své služby všem občanům. V těchto knihovnách je čtenářům zřízen čtenářský průkaz pro výpůjční služby. Podrobné podmínky jsou uvedeny v knihovním řádu každé knihovny. Knihovny organizují různé vzdělávací a kulturní akce, které mohou navštívit všichni zájemci. Veřejné knihovny mohou být obecní, městské, atd.

- Knihovny obecní, městské, krajské a národní – jsou knihovny s univerzálním fondem, někdy i se speciální sbírkou vztahující se k určitému místu či regionu. Tyto knihovny budují fond pro všechny věkové kategorie včetně těch nejmenších. Dále tyto knihovny zpřístupňují elektronické, informační zdroje a dokumenty univerzálního zaměření, případně oborové zdroje, které souvisí se zaměřením konkrétního regionu či místa. Součástí nabídky jsou i služby pro menšinové a znevýhodněné skupiny.

- Specializované knihovny – jsou zaměřené na jednotlivé obory lidského vědění, jako například jsou to knihovny technické, lékařské, pedagogické, právnické, muzejní či zemědělské nebo knihovny Akademie věd ČR. Jsou to také knihovny se specializovaným fondem jak tištěných, tak i elektronických dokumentů. Poskytují veřejné knihovnické a informační služby všem zájemcům i o konkrétní obor. [31]

### **Vysokoškolské knihovny**

Jsou to knihovny se specializovaným fondem tištěných a elektronických zdrojů zaměřených na zabezpečení vyučovaných oborů jak z hlediska získání informací, tak i rozvoje daného oboru v rámci výzkumných prací.

Systém knihoven jedné vysoké školy se skládá většinou z ústřední knihovny a knihoven jednotlivých fakult. Ústřední knihovna garantuje dostupnost a rozvoj nabízených služeb v rámci školy. Služby jsou poskytovány jak vyučujícím a studentům, tak i ostatním zaměstnancům školy. V souladu se svým knihovním řádem většina vysokoškolských knihoven poskytuje služby i zájemcům z řad veřejnosti. [31]

### **Specializované knihovny umístěné v neveřejných objektech**

Jsou zde zahrnuty knihovny obchodních a výrobních organizací, výzkumných ústavů, nemocnic, atd. Jsou to opět knihovny se specializovaným fondem tištěných a elektronických zdrojů. Svoje služby poskytují v rámci své organizace či institutu a pro ostatní zájemce z řad veřejnosti v souladu se svými pravidly, které mohou být uveřejněny v knihovním řádu. V případě zájmu o poskytování služeb z těchto knihoven je vhodné kontaktovat výkonného pracovníka, který poskytne přesné informace, jak dále postupovat.

### **Zámecké knihovny**

Zámecké knihovny jsou knihovny nacházející se v konkrétním státním nebo soukromém objektu nebo knihovny, které se nacházejí ve správě Národního muzea v Praze. Své služby poskytují zpravidla na základě dohody k badatelským účelům. V případě zájmu je opět vhodné přímo kontaktovat správce sbírky. [31]

## **Školní knihovny**

Tyto knihovny jsou určeny pro žáky a učitele na základních, středních a vyšších odborných školách. Školní knihovny jsou zřizovány a udržovány z rozpočtu školy. Hlavním úkolem je informační a dokumentační zabezpečení vyučovacího procesu. Někdy tyto knihovny mohou mít dvě oddělené části, a to knihovnu pro učitele a zvlášť knihovnu pro žáky. Své služby poskytují jen v rámci své školy. [31]

### **1.1 Historie rožnovské knihovny**

Městská knihovna v Rožnově pod Radhoštěm má velmi bohatou historii. Tato knihovna poskytuje řadu knihovnických a informačních služeb, kterými se snaží zajistit spokojenost svých čtenářů. Počátky veřejného knihovnictví v Rožnově pod Radhoštěm spadají do 60. a 70. let 19. století. František Ficker, rožnovský kaplan, se velmi zasloužil o šíření kvalitní české četby tím, že zdarma půjčoval knihy a časopisy ze své bohaté knihovny. [22]

Vznik první veřejné rožnovské knihovny se datuje do roku 1872, kdy jejím vedením byl pověřen páter František Koželuha. Tato knihovna byla umístěna ve škole u rožnovského kostela. Předpokládá se, že knihovní fond tvořily knihy převedené z knihovny Občanské besedy. O rok později v roce 1873 dostala knihovna název Palacká, a to po návštěvě města Františkem Palackým.

V roce 1893 byla zpřístupněna sokolská knihovna v Rožnově pod Radhoštěm, jejíž fond čítal přibližně 1000 svazků. V roce 1920 Sokol věnoval tento fond městské veřejné knihovně. Po 1. světové válce nastalo vhodné období pro rozvoj knihoven a zvýšila se jejich demokratizace. Na základě knihovního zákona z roku 1919 byla v Rožnově pod Radhoštěm v roce 1920 ustanovena knihovní rada, která řídila provoz knihovny.

V období mezi roky 1920 až 1965 se bohužel nepodařilo dochovat prameny o konkrétní historii knihovny. Předpokládá se však, že situace knihovny byla podobná jako v ostatních knihovnách v regionu. Na počátku 30. let došlo ke krizi kulturního života i knihovnictví, a to díky problémům v hospodářství. Ovšem v roce 1932 se knihovně podařilo získat finanční dar Ministerstva školství a národní osvěty. [22]

Během 2. světové války knihovna musela vyřadit mnoho dokumentů týkajících se například legionářské tematiky, židovské tematiky či dokumenty se zmínkou o svobodné Československé republice. Na sjezdu knihovníků v Brně v roce 1948 byla schválena organizace československého socialistického knihovnictví. 50. léta byla typická silnou kontrolou a rovněž vyřazováním protikomunistické literatury, brakové literatury a legionářské literatury a vzrůstem počtu výchovně-vzdělávacích akcí. [22]

V počátcích 60. let knihovna zaměřila svůj knihovní fond na sovětskou literaturu s budovatelskou tematikou. V této době byl také zaveden střediskový systém do nově ustanoveného okresu Vsetín. Na základě knihovního zákona z roku 1959 vznikla jednotná soustava knihoven, ve které pracovalo 81 knihoven ve včleněných obcích a jednou z nich byla i knihovna v Rožnově pod Radhoštěm.

V 60. letech byla knihovna umístěna v centru města se sídlem v budově Městského národního výboru. K rožnovskému středisku se v této době přidružily místní knihovny v Tylovicích a ve Valašské Bystřici. V roce 1970 se ke středisku přičlenil také okrsek Dolní, Prostřední a Horní Bečvy. Knihovna se několikrát musela stěhovat, ale nakonec byl pro ni zakoupen dům na Nerudově ulici. V roce 1971 se konaly oslavy na počest 50. výročí založení KSČ a tyto oslavy byly připomínány i v knihovně, a to například besedami o světové literatuře. V dětském oddělení nastala velká změna, protože knihovní fond beletrie pro mládež byl rozdělen do tří skupin, a to podle věku čtenářů. Jednotlivé skupiny byly barevně odlišeny a toto barevné označení se používá dodnes.

Roku 1973 se začal budovat fond příruční knihovny a čítárny a také probíhala aktualizace fondu knihovny. Knihovna se v tomto roce zaměřila na donášku knih starším, nemocným a imobilním občanům. [22]

Od roku 1974 sídlila knihovna v prostorách na Nerudově ulici. Knihovna zvětšila volný výběr knih a doplnila studijní literaturu. Sídlo knihovny se nezměnilo až do roku 1990. Od roku 1975 se zdvojnásobil počet čtenářů, a tím pádem vzrostl také počet výpůjček naučné literatury a zvýšil se zájem o služby poskytované v čítárně a v studovně. V tomto roce však knihovna také bojovala s novým problémem, a to s nedostatkem místa. Rok 1975 je spojen s oslavami 30. výročí osvobození od fašismu, kdy knihovna pořádala mnoho osvětových akcí pro své čtenáře. Díky čestnému uznání v soutěži „Budujeme vzornou lidovou knihovnu“ v roce 1980,

získala knihovna jednorázovou finanční částku od Ministerstva kultury. Knihovna se v tomto roce hlavně zaměřila na mládež a boj proti kriminalitě, alkoholismu, toxikomanii a podobným tématům. [22]

V roce 1986 se knihovně podařilo obhájit čestný titul „Vzorná knihovna“ a uspořádala minisjezd Klubu mladých čtenářů, kde si účastníci mohli vyměňovat zkušenosti z činnosti kroužků KMČ. Knihovna se musela v roce 1990 vystěhovat z Nerudovy ulice a oddělení bylo nutno rozdělit do náhradních prostor v Rožnově pod Radhoštěm. Oddělení pro dospělé a čítárna byly umístěny na Sokolské ulici a dětské oddělení bylo přesunuto do Domu kultury.

V roce 1991 byla jmenována nová ředitelka knihovny, a to Jarmila Halamíčková, místo Jaroslavy Dvořákové. V tomto roce se také knihovna vrátila k názvu Městská knihovna. V červnu 1991 bylo dětské oddělení sloučeno s odbornou knihovnou Tesly a.s., a tím vznikla Sdružená knihovna v Domě kultury. Tato knihovna sloužila jako dětská knihovna a půjčovna s čítárnou pro dospělé. V roce 1992 získala knihovna přísun financí na rekonstrukci budovy na Bezručově ulici, protože stále byla umístěna v nevyhovujících prostorách. Knihovna založila „S-klub pro slabozraké a nevidomé“. Od roku 1993 začala knihovna fungovat v prostorách bývalé Bergerovy vily na Bezručově ulici a zavedla také novou službu, a to půjčování zvukových knih pro zrakově postižené. [22]

V roce 1994 došlo k velkému nárůstu počtu čtenářů všeho věku. V polovině roku začaly přípravy na automatizaci knihovny. Okresní knihovna (Masarykova veřejná knihovna Vsetín) zpracovala pro všechny knihovny v okrese nový knihovní fond. V rožnovské knihovně proběhla retrokonverze katalogu knihovny. Knihovna začala velmi dobře spolupracovat s Městskou kulturní agenturou při pořádání různých akcí jako například Rožnovský fejeton, výstava poezie či Den Země.

Od 1. 1. 1996 přešla knihovna od Masarykovy veřejné knihovny ve Vsetíně pod Městský úřad v Rožnově pod Radhoštěm, a to jako příspěvková organizace s právní subjektivitou. V částech města Rožnova pod Radhoštěm, tj. na Horních Pasekách, v Tylovicích a Viganticích zůstaly otevřeny malé knihovny, a to hlavně pro staré občany. V péči knihovny bylo i smluvní Středisko Rožnov pod Radhoštěm a místní knihovny ve Vidči, Stríteži nad Bečvou a ve Valašské Bystřici. [22]

V knihovně v roce 1996 proběhlo 170 besed pro děti a mládež a různé soutěže ke Dni dětské knihy a Velká velikonoční soutěž. Velká pozornost byla také věnována žákům Zvláštní školy z Rožnova pod Radhoštěm, a to v jejich cestě ke knize. Dále knihovna pořádala výstavy poezie mladých tvůrců z Rožnova pod Radhoštěm nebo lampiónový průvod pro děti nazvaný „Podzimní putování s Broučky“. Knihovna také spolupracovala s Městskou kulturní agenturou z Rožnova pod Radhoštěm na akci Retroples. [7]

V roce 1997 se knihovna připravovala na spuštění automatizovaného výpůjčního procesu. Jedenkrát za rok se knihovna zaměřovala na výstavy, na kterých děti poznávaly historické a přírodní hodnoty města. V oblasti aktivity mládeže knihovna podporovala prozaickou, básnickou a filmovou tvorbu. V roce 1998 knihovna uspořádala 202 besed, dále pak řadu knihovnických lekcí a soutěží. Také uspořádala výstavu 25 let CHKO Beskydy s výkladem pracovníků správy CHKOB. Ve studovně byl zpřístupněn Internet pro veřejnost. [8] [9]

Rok 1999 byl rokem automatizace knihovny. Byla spuštěna automatizovaná výpůjční služba pro výpůjčky knih pro děti i dospělé. V obou odděleních byl čtenářům k dispozici elektronický katalog a rozšiřovala se nabídka bibliograficko-informačních služeb pro uživatele knihovny. Knihovna také například zahájila humanitární sbírku pro Domov pro mentálně postižené ve Vilšanech na Zakarpatské Ukrajině. Od roku 1999 v knihovně působil zájmový Numeroklub a Klub Svazu diabetiků s poradnou. [10]

V roce 2000 získala knihovna několik grantů, a tím například zkvalitnila internetové připojení a doplnila fond zvukových knih pro slabozraké a nevidomé. Knihovně se podařilo získat jedno z předních míst v soutěži webových stránek knihoven ČR. Knihovna zavedla novou službu v oblasti informatiky, a to možnost přístupu k vyhláškám města a v čítárně a studovně byl spuštěn automatizovaný výpůjční protokol. V roce 2000 se uskutečnila výstava a soutěž k jubileu rodáka, kronikáře a národopisce Miloše Kulišťáka. [11]

Rok 2001 vyhlásila knihovna rokem Marie Podešvové, a to u příležitosti 100letého výročí narození spisovatelky. Knihovna také pořádala výstavy „Ze života a díla M. Podešvové“ a „Eva Fuková – fotografie“. Dále byla vyhlášena literární soutěž v povídkové tvorbě „O cenu M. Podešvové“. Práce se sešly jak z Valašska, tak i z celé Severní Moravy, Čech a ze Slovenska. Knihovna uspořádala i mnoho dalších činností a realizovala několik projektů, z nichž například to byla Modernizace centrálního počítače. [12]

V roce 2002 knihovna uskutečnila celkem 400 vzdělávacích, výchovných a kulturních akcí. Díky spolupráci s Centrem pro demokracii svobodného podnikání uspořádala dvě diskusní fóra, a to Psi ve městě a Předvolební diskusní fórum. V březnu 2002 oslavila Městská knihovna 130 let svého trvání veřejně přístupné knihovny v Rožnově pod Radhoštěm. [13]

V roce 2003 se knihovně podařilo uskutečnit 350 vzdělávacích, výchovných a kulturních akcí. V rámci městské kulturní aktivity nazvané Pohádkový rok B. M. Kulkdy proběhla literární soutěž pro děti v tvorbě vlastních valašských pohádek a vyprávěnek. Knihovna také změřila své síly v přátelském a humorném klání mezi knihovnami celé ČR, a to účastí v knihovnickém happeningu pod vlajkou Knihoven Valašského království. Z projektů, které knihovna realizovala, to bylo například Podzimní putování s broučky či Diskusní fóra. [14]

V roce 2004 uspořádala knihovna v rámci městské kulturní aktivity Rok moravských babiček, a to tak, že vyhlásila velkou literární soutěž pro děti v tvorbě vlastních valašských pohádek. Knihovna také zavedla středeční Babiččina pohádková odpoledne, kdy babičky přicházely do knihovny povídat si s dětmi, četly jim a ukazovaly, co všechno umějí. V soutěži webových stránek knihoven ČR Biblioweb obsadila Městská knihovna Rožnov pod Radhoštěm 2. místo v kategorii měst do 20 000 obyvatel. Z projektů realizovaných v tomto roce to byl například Týden židovské kultury, Tibet – mýtus a realita nebo Mezinárodní výstava poezie mladých tvůrců. [15]

V roce 2005 byl uskutečněn společně s Masarykovou společností a Gymnáziem přednáškový cyklus Masaryk a dnešek v rámci projektu „Živá cesta za klasikem“. S občanským sdružením Zdravý Rožnov, TJ Sokol, Klubem Senior, Střediskem volného času a ČČK byl uskutečněn Běh Terryho Foxe a Den zdraví a pohybu. [16]

Mezi nejvýznamnější akce pořádané v roce 2006 patřil již 11. ročník Podzimního putování s broučky Valašským královstvím. Spolupořadatelé na tomto projektu byli Valašské muzeum v přírodě, TKA a Středisko volného času. I v tomto roce knihovna pořádala bezpočet dalších zajímavých projektů. [17]

V roce 2007 proběhla významná akce pro profesionální knihovníky, a to Komunitní knihovna neboli pomoc při řešení problému sociálního vyloučení. Jednalo se o třídenní mezinárodní seminář pro pracovníky knihoven, který pořádala Městská knihovna Rožnov pod Radhoštěm



ve spolupráci s Národní knihovnou a nadací Člověk v tísni. Městská knihovna byla vybrána nadací Open society fund pro realizaci projektu Město v mé paměti. Díky tomu vznikl netradiční průvodce Rožnovem pod Radhoštěm, jež se opíral o vzpomínky seniorů. Hlavně byl kladen na důraz na vlastní literární tvorbu seniorů. [18]

V roce 2008 byla na stránkách knihovny otevřena nová sekce nazvaná „Otevřeno poezii“, kde mohli tvůrci poezie prezentovat svoji tvorbu. Vznikla nová služba pro uživatele knihovny, a to možnost oprav poškozených CD/DVD nosičů. V druhé polovině roku 2008 knihovna realizovala projekt Já a komiks, jenž se věnoval fenoménu komiksu. Z vydaných publikací to byl například Městský park „HÁJNICE“, Dětský průvodce Rožnovem pod Radhoštěm nebo Malá procházka po rožnovském náměstí. [19]

V roce 2009 knihovna podepsala smlouvu s Národní knihovnou na zapojení se do systému ISBN při vydavatelské činnosti. Jednou z nejvýznamnějších akcí tohoto roku bylo již 14. Putování s broučky Valašským královstvím pořádané ve spolupráci s Valašským muzeem v přírodě, TKA a Střediskem volného času. V tomto roce pozvala knihovna opavské divadlo Sáček a soubor Historika, aby předvedly něco ze svého umění.

Knihovna ani v tomto roce nezahálela a uspořádala mnoho zajímavých akcí. Mezi které také patřil Benefit pro mateřská centra Domeček a Kolovrátek. Dále to bylo například tradiční setkání knihovníků Po pašeráckých stezkách atd. V rámci cyklu besed se zajímavými osobnostmi knihovna uspořádala besedy s přední českou socioložkou Jiřinou Šiklovou nebo s emeritní ředitelkou Kysuckého muzea v Čadci Márií Húšťavovou. Dále knihovna uspořádala Irské promítání v knihovně nebo Já a komiks. [20]

## **1.2 Současný stav knihovny**

Od prosince roku 1993 sídlí Městská knihovna v Rožnově pod Radhoštěm v nové budově s půdní galerií pro výtvarná díla na Bezručově ulici. Tuto budovu nechal postavit v roce 1912 Ing. Richard Berger jako rodinnou vilu. Tato budova však v minulosti několikrát změnila svého majitele, a proto byla ve velmi špatném stavu. Ovšem díky rozsáhlé rekonstrukci mohla být tato budova opět plně využívána. [21]

V přízemí budovy se nachází oddělení pro dospělé, oddělení pro děti a mládež, menší hudební kout a pět počítačových stanic s přístupem na internet. V prvním patře je pak umístěna studovna a čítárna. Ve studovně a čítárně je velké množství titulů novin a časopisů a je tam umístěn i regionální fond, zvuková knihovna a čtyři počítačové stanice s přístupem na internet. V prvním patře se dále nachází kancelář ředitele knihovny Bc. Pavla Zajíce. V půdním prostoru budovy je pak umístěna podkrovní galerie pro výtvarná díla. V současné době má knihovna jedenáct zaměstnanců. [21]

V Městské knihovně v Rožnově pod Radhoštěm využívají ke své práci všichni pracovníci knihovny program, který se nazývá knihovnický informační systém Kp-Win SQL 1.1. Jedná se o program, ve kterém se dají navolit konkrétní aplikace, které knihovna pro svou činnost potřebuje. Výhodou systému je, že není složitý, a tudíž usnadňuje práci knihovníkům. Další výhodou programu je, že spolupracuje s dalším knihovnickým systémem CASLIN. Knihovnice využívají tento program, například když vyhledávají čtenáře, půjčují knihy z knihovního fondu nebo do něj knihy vracují, katalogizují nové dokumenty, nebo v tomto programu korigují obsazování počítačů v knihovně, atd.

Tento knihovní program se užívá v různých typech knihoven jako například v městských knihovnách, v odborných knihovnách, ve školních knihovnách, v lékařských knihovnách, atd. V Městské knihovně se tento program používá od roku 1999, a to v půjčovně a v dětském oddělení. Od roku 2000 se začal tento program využívat i v oddělení čítárny.

Městská knihovna v Rožnově pod Radhoštěm eviduje k 31. 12. 2010 téměř 3 000 registrovaných čtenářů. Registrovaný čtenářem je takový, který si v daném roce obnovil registraci, a to zaplacením ročního poplatku pro využívání služeb knihovny. Vývoj počtu registrovaných čtenářů a přesný počet je zobrazen v tabulce 1.1. [29]

Tabulka 1.1

**Přehled počtu registrovaných čtenářů**

<b>Rok</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>Počet registrací</b>	3061	2968	2928	2919

Zdroj: *Statistické údaje knihovny* [29]

Tento mírný pokles je pravděpodobně způsobem rychlým rozvojem internetu, kdy uživatel má dnes mnohem více možností, jak se dostat k požadovaným informacím. Příkladem může být služba Google Books, která umožňuje uživateli prohlédnout si, nebo přečíst miliony knih zdarma bez nutnosti jejich koupě.

### **1.2.1 Pobočky a střediska knihovny**

Městská knihovna metodicky řídí sedm místních knihoven střediska Rožnov pod Radhoštěm. Tyto knihovny patří obcím a jejich obecní zastupitelstva pro tyto místní knihovny hledají dobrovolné knihovníky. Knihovny mají svůj vlastní fond knih jak pro děti, tak i pro dospělé. Městská knihovna v tomto případě zajišťuje odbornou katalogizaci a zpracování knižních novinek, řazení knižních katalogů, soutěže a besedy pro děti a mládež.

Středisko Rožnov pod Radhoštěm a Středisko regionálních služeb při Masarykově veřejné knihovně ve Vsetíně zajišťují dopravu a cirkulaci knižních souborů nových knih. Pod středisko Rožnov pod Radhoštěm patří místní knihovny ve Valašské Bystřici, ve Strážce nad Bečvou, ve Vidči, na Dolní a Prostřední Bečvě, na Hutisku-Solanci a ve Viganticích. Dále pod knihovnu spadají také tři pobočky, ve kterých knihy půjčují rovněž dobrovolní knihovníci. V těchto knihovnách se nachází knižní fond pro děti, pro dospělé a půjčují se zde také periodika. Tyto tři pobočky se nacházejí v Horních Pasekách, v Tylovicích a v Hážovicích. Městská knihovna v nich zajišťuje zpracování a cirkulaci nového fondu a také pravidelné pořádání besed pro děti ze základních škol. [8]

### **1.2.2 Partneři a sponzoři knihovny**

Městská knihovna v Rožnově pod Radhoštěm má dnes již řadu tradičních sponzorů, mezi něž patří mnoho firem přímo z Rožnova pod Radhoštěm.

Tradiční sponzoři knihovny jsou:

- APRI s.r.o. Rožnov pod Radhoštěm – zabývající se vývojem, konstrukcí a výrobou elektronického příslušenství pro automobily.

- CS CABOT, spol. s r.o. Valašské Meziříčí – se zabývá výrobou a prodejem saze pro výrobu pneumatik a technické pryže ve svém závodě.
- MONTEZI s.r.o. Rožnov pod Radhoštěm – je elektromontážní firma, která provádí elektroinstalace ve všech oblastech výstavby například průmyslových staveb, administrativních budov, bankovních domech, atd.
- REVO hřiště s.r.o. Rožnov pod Radhoštěm – se zabývá projekcí, výrobou a následnou montáží malých staveb pro dětská hřiště z tlakově impregnovaného dřeva.
- Josef Žabka, servis a prodej kopírovacích a rozmnožovacích strojů, jehož firma se nachází na Dolní Bečvě
- VITRUM Rožnov, spol. s r.o. – tato firma podniká v distribuci laboratorního vybavení a v distribuci spotřebního materiálu pro sterilizaci.
- STÖRI MANTEL – jehož výrobní závod se nachází v Rožnově pod Radhoštěm, se zabývá výrobou dřevoobráběcích strojů, dále poskytuje odborné poradenství pro své zákazníky spojené s komplexní dodávkou požadovaných technologických celků na zpracování dřeva.
- ON Semiconductor Rožnov pod Radhoštěm – má sídlo ve Phoenixu v Arizoně a tato firma je předním světovým výrobcem polovodičů, které se využívají například v oblastech, jako jsou spotřební a průmyslová elektronika, automobilový průmysl, atd.
- Rožnovský vzdělávací servis s.r.o. Rožnov pod Radhoštěm – realizuje řadu kurzů a provádí zkoušky z těchto kurzů. Jedná se například o kurz podnikový ekolog, základní přípravný kurz prevence rizik podle zákona č. 309/2006 Sb., atd.
- manželé Hradilovi [26]

Mezi mediální partnery knihovny patří:

- **SPEKTRUM ROŽNOVSKA** – jedná se o čtrnáctideník, který vychází již od roku 1991 a jehož vydavatelem je T klub – kulturní agentura. Na stránkách čtrnáctideníku se nacházejí informace a aktuality o obcích a městech v mikroregionu Rožnovsko.
- **TV Beskyd s.r.o.** – byl založen v roce 1993 a od té doby zajišťuje pro města společníků, tj. Valašské Meziříčí, Rožnov pod Radhoštěm, Vsetín a Nový Jičín vysílání na infokanálech měst v rámci kabelových rozvodů. [26]

### **1.2.3 Spolupráce knihovny**

Městská knihovna Rožnov pod Radhoštěm spolupracuje na projektech pro veřejnost s řadou organizací. Jedná se o:

- Klub seniorů
- Český svaz žen
- Česká křesťanská akademie
- Kysucká knihovna v Čadci
- Středisko volného času, Rožnov p. R.
- T KLUB – KULTURNÍ AGENTURA
- Informační centrum Valašského království, Rožnov p. R. [26]

## **1.3 Služby knihovny**

V současné době knihovna poskytuje řadu knihovnických a informačních služeb, ale ne všechny služby jsou poskytovány zdarma. Knihovnickými službami se pracovníci knihovny snaží uspokojovat potřeby nejenom svých čtenářů, ale také i ostatních neregistrovaných občanů. Poskytování kvalitních služeb je považováno za důležitou součást při prováděných činnostech v Městské knihovně v Rožnově pod Radhoštěm.

Mezi knihovnické a informační služby patří:

- rezervace
- předupomínka
- výpůjční služba
- informační služba
- reprografické služby
- akce knihovny pro veřejnost
- meziknihovní výpůjční služba
- práce na počítači a připojení na internet
- služby prostřednictvím webového rozhraní
- vzdělávací besedy a knihovnicko-informační lekce
- donášková služba pro seniory a pro nemobilní občany

### **Výpůjční služba**

Registrovaní čtenáři si mohou absenčně po zaevidování do výpůjčního protokolu půjčovat domů např. naučné knihy nebo beletrii (např. detektivky, sci-fi, poezii, dramata, komiksy, dětskou literaturu), časopisy, noviny, hudební CD, mapy, regionální literaturu, atd. Výpůjční doba je stanovena na jeden měsíc, kromě hudebních CD, které se půjčují jenom na týden a zvláště u vybraných titulů a časopisů je výpůjční doba stanovena na 14 dnů.

V případě, že kniha není zarezervovaná jiným čtenářem, může si výpůjční dobu stávající čtenář prodloužit o další měsíc. Výpůjčky hudebních CD a časopisů se neprodlužují. V oddělení čítárny se dokumenty půjčují prezenčně, to znamená, že například knihy nebo aktuální čísla novin a časopisů si čtenář může pročit v knihovně, ale nemůže si je vzít domů.

Čtenář je povinen vrátit vypůjčenou knihu ve stanovené lhůtě a v neporušeném stavu. V případě, že čtenář knihu nevrátí ve stanoveném termínu, je mu účtován poplatek za upomínku podle sazebníku knihovny. Čtenář si může vypůjčit najednou maximálně 10 knih, 10 časopisů a 5 hudebnin, pokud se na jiném množství nedomluví s knihovníkem. [30]

Rožnovská knihovna také spolupracuje s knihovnou a tiskárnou pro nevidomé K. E. Macana, kdy z webových stránek této knihovny knihovnice stahuje zvukové nahrávky knih a poskytuje je slabozrakým čtenářům na mp3 přehrávače. Půjčování zvukových dokumentů se pak řídí výpůjčním řádem zvukové knihovny. [30]

### **Informační služba**

Tato služba se hlavně zaměřuje na zodpovídání dotazů od čtenářů. Mezi nejčastější dotazy patří dotazy týkající se požadovaných knih, a to zejména jestli se požadovaná kniha nachází v knihovním fondu a žádosti o její případné vyhledání. Čtenáři se také velmi často ptají na radu, jaké knihy by si měli půjčit tak, aby vyhovovaly co nejvíce jejich potřebám. V oddělení čítárny a studovny pracovníce knihovny odpovídají na právnícké, článkové, publikační a jim podobné dotazy, a to tak, že tyto odpovědi vyhledávají v právnícké databázi ASPI nebo v článkové databázi Anopress.

Databáze ASPI byla v knihovně zavedena již od roku 1996, ale databáze Anopress byla zavedena v knihovně teprve nedávno, a to v roce 2002. Přehledy nejčastějších dotazů od čtenářů knihovna nevede. Anopress je především využíván pracovníci knihovny pro tvorbu regionální, článkové bibliografie, neboli do této databáze ukládají záznamy k výskytům článků o Rožnově pod Radhoštěm. Naproti tomu databáze ASPI je čtenáři využívána velmi často. Většina čtenářů potřebuje najít konkrétní zákon a jeho aktuální znění. Statistika počtu vstupů do těchto dvou databází je vedena od roku 2010. Počet vstupů za rok 2010 byl do databáze Anopress 73 a 122 do databáze ASPI. Informační služba je poskytována zdarma všem čtenářům knihovny.

### **Rezervace**

Pokud je kniha, kterou čtenář chce, vypůjčena jiným čtenářem, může tuto knihu knihovnice čtenáři zarezervovat. V okamžiku, kdy tuto knihu předchozí čtenář vrátí, knihovnice odešle upozornění prostřednictvím knihovního programu například formou SMS či emailem čtenáři, který si ji nechal zarezervovat. Na vyzvednutí této knihy má čtenář sedm dnů od obdržení upozornění. Po této době se rezervace automaticky zruší, ale poplatek za toto upozornění musí čtenář zaplatit, i když si zarezervovanou knihu nevyzvedl. [30]

## **Předupomínka**

Tato služba byla v rožnovské knihovně zavedena teprve nedávno, a to v létě roku 2010. Jedná se o službu, která čtenáře čtyři dny dopředu upozorní na konec jeho výpůjční doby knih prostřednictvím jeho emailové adresy. Pokud má čtenář o tuto službu zájem, musí knihovnicím nahlásit svou emailovou adresu. Výhodou této služby je, že je poskytována zdarma a pomáhá zaměstnaným čtenářům uhlídat konec výpůjční doby.

## **Meziknihovní výpůjční služba**

V rámci této služby knihovnice z Městské knihovny v Rožnově pod Radhoštěm vypůjčují knihy z jiných knihoven na přání čtenáře. Tuto službu mohou využívat i jiné knihovny, a to tak, že si vypůjčí knihy z knihovního fondu Městské knihovny v Rožnově pod Radhoštěm. Výpůjční doba je většinou omezena na jeden měsíc, pokud není stanoveno jinak. Tato služba je poskytována zdarma, ale čtenář musí uhradit poštovné za požadovanou knihu. [30]

## **Reprografické služby**

Reprografické služby zahrnují jak kopírování, tak i tisknutí dokumentů. Tuto službu mohou v knihovně využívat i neregistrovaní uživatelé. Reprografické služby jsou zpoplatněny podle sazebníku dané knihovny, který je vystaven v oddělení čítárny a studovny, kde se tyto služby provádějí. Uživatel může využít jak barevné, tak i černobílé kopírování nebo tisknutí svých dokumentů, nebo jejich částí. Pracovnice knihovny musí dbát na to, aby reprografické služby byly poskytovány v souladu s autorským zákonem č. 121/2000 Sb. a také v souladu s požadavky na ochranu fondu knihovny.

## **Práce na počítači a připojení na internet**

V knihovně se nachází devět počítačů s možností připojení na internet nejen pro čtenáře, ale také pro místní obyvatele. Zpravidla je obsazování počítačů rozděleno tak, že v přízemí v dětském oddělení jsou počítače vyčleněné pro práci dětí a mládeže. Zatímco dospělí čtenáři pak mohou využít počítače, které se nachází v prvním patře v čítárně a studovně. [30]



Registrovaní čtenáři mají nárok denně na půl hodiny připojení k internetu zdarma. Neregistrovaní čtenáři mohou také využívat internet v knihovně, ale tato doba je zkrácena na patnáct minut. V případě, že nikdo jiný nemá zájem jít na počítač, určená doba se prodlužuje.

### **Donášková služba pro seniory a pro nemobilní občany**

Tato služba byla využívána čtenáři, kteří se z výše uvedených důvodů nemohli dostávat do knihovny osobně. Pracovníci knihovny buď na přání čtenáře, nebo podle vlastního uvážení vybírali a donášeli knihy či jiné dokumenty přímo do domu čtenáře. V poslední době však není o tuto službu ze strany čtenářů zájem. Předpokládá se, že tuto službu na sebe převzali rodinní příslušníci čtenářů s vysokým věkem. [30]

### **Služby prostřednictvím webového rozhraní**

Na webových stránkách knihovny mají registrovaní i neregistrovaní uživatelé možnost vyhledávat dokumenty v online katalogu, protože tento katalog je veřejně přístupný. Čtenáři, kteří jsou v knihovně zaregistrováni, mají na stránkách knihovny navíc zřízené vlastní čtenářské konto, které je zřízeno a vedeno zdarma, a přes které mohou například prodlužovat výpůjční dobu knih, nebo si mohou potřebné knihy sami zarezervovat.

Dále má knihovna zřízen vlastní profil na stránkách facebooku, kde se nejen registrovaní čtenáři dozvídají mnoho zajímavých informací o činnosti knihovny a je zde umístěna i řada fotografií z akcí, které knihovna pořádá nebo se na nich podílí. Uživatelé se mohou na těchto stránkách vyjadřovat k jednotlivým informacím a příspěvkům nebo zde mohou přidávat své dotazy, stát se fanouškem knihovny, atd.

### **Vzdělávací besedy a knihovnicko-informační lekce**

Vzdělávací besedy se pořádají pro děti předškolního věku, pro školáky základních škol a pro 1. ročníky středních škol v Rožnově pod Radhoštěm. Tyto besedy se pořádají v dětském oddělení a knihovnice učí děti pracovat s knihou, vyhledávat informace o knihách, a to pomocí multimédií či čtenářského katalogu. [30]

Příklady některých chystaných besed za školní rok 2010/2011:

- Letem světem za pohádkou – beseda určená pro 2. třídu základních škol, kdy se děti seznámí s pohádkami z celého světa
- Do knihovny za poznáním – beseda určená pro 5. třídu základních škol, knihovnická lekce, naučná literatura, vyhledávání v online katalogu knihovny, encyklopedie, atd.
- Poznáváme sami sebe – beseda určená pro 8. třídu základních škol, kdy se děti zamyslí nad pubertou a problémy s ní a nad slušným chováním v beletrii nebo v naučných knížkách

### **Akce knihovny pro veřejnost**

Knihovna pořádá velké množství besed, výstav, koncertů, setkání atd. Do akcí knihovny také patří pořádání diskusních fór. Mezi akce pořádané pro děti patří různé besedy, literární soutěže, pochod broučků nebo večerníčky na kamenech. Senioři si většinou sami vymýšlejí aktivity, které pak realizuje knihovna jako např. Město v mé paměti, kdy se sešli převážně starší občané a vzpomínali na to, jak Rožnov pod Radhoštěm vypadal za jejích „mladých“ let.

Dále rožnovská knihovna pořádá Týden knihoven na vybrané téma, kdy se snaží propagovat sebe samu a svou práci. Knihovna také ve spolupráci s ostatními neziskovými organizacemi pořádá různé benefice např. pro potřebné děti z domova, pro mateřská centra atd. [30]

Tabulka 1.2

#### **Vzdělávací akce a akce pro veřejnost**

<b>Rok</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>Počet akcí</b>	461	413	372	304

Zdroj: *Statistické údaje knihovny* [29]

## 2 Teoretická východiska

Na úrovni poskytování kvalitních služeb v knihovně přímo závisí spokojenost jejích čtenářů. Proto je důležité vědět, co jsou to služby, jak je kvalitně poskytovat a mít přehled jaké služby uživatelé konkrétně požadují.

### 2.1 Služby

Služby jsou všechny činnosti v nehmotné podobě, které se zaměřují na bezprostřední získávání, zpracovávání a zlepšování hmotných statků. Službu je také možno chápat jako změnu stavu osoby, nebo statku, a která je především uskutečňována vzájemnou ekonomickou činností a je určena pro jejich vlastníky, neboli pro poskytovatele služeb. Služby jsou společensky užité hodnoty lidské práce, které napomáhají vytvářet podmínky pro všestranný rozvoj lidské populace. [33]

Služby se často rozlišují podle toho, zda jsou určeny k uspokojování potřeb individuálních nebo kolektivních. Obecně platí, že služby uspokojující kolektivní potřeby jsou hrazeny z veřejných zdrojů jako například ze státního nebo obecního rozpočtu a služby uspokojující individuální potřeby jsou hrazeny ze soukromých zdrojů.

Aby bylo možné službu blíže klasifikovat, je nutné například znát typ služby, typ prodávajícího, typ kupujícího, způsob dodávky, vlastnosti poptávky, stupeň hmotnosti, stupeň intenzity práce, nákupní motivy, požadavky na dodávku, atd.

Funkční rozdíly mezi službou a zbožím jsou:

- službu nelze skladovat, balit a vystavovat
- není možné poskytnout vzorky
- standardizace služeb je obtížná
- distribuční kanály jsou krátké
- komplikovaná je patentová ochrana

- obtížná je regulace nabídky a poptávky
- proces spotřeby a výroby probíhá současně
- důraz je kladen na symbolismus ve službách
- hodnota služeb je posuzována na základě jiných kritérií, než je cena [34]

### **2.1.1 Vlastnosti služeb**

Mezi základní vlastnosti služeb patří například nehmotnost, proměnlivost, nedělitelnost, pomíjivost a nemožnost vlastnictví.

#### **Nehmotnost**

Nehmotnost je nejcharakterističtější vlastností služeb, protože se od ní odvíjí další vlastnosti. Čistou službu nelze porovnat žádným fyzickým smyslem, nelze si ji před koupí ani prohlédnout a jen v malé míře případů si ji lze vyzkoušet. Zákazník zjistí vlastnosti a kvalitu nabízené služby většinou až při její spotřebě. Zákazník má proto ztížený výběr mezi poskytovateli podobných služeb, kteří si navzájem konkurují.

Do určité míry je však možné si službu prohlédnout, a to tak, že se zákazník může podívat na osobu, která vykonává službu jinému zákazníkovi. A podle způsobu provedení služby, se může zákazník rozhodnout, zda tuto službu využije také. [33]

Důsledky nehmotnosti služeb jsou příčinou, že se zákazník obává rizika při nákupu služby, obtížně hodnotí navzájem si konkurující služby a jako základ pro hodnocení kvality služby používá cenu. Management organizace proto musí reagovat tak, že například omezí složitosti v poskytování služeb nebo se zaměří na kvalitu služeb. [25]

#### **Proměnlivost**

Proměnlivost neboli heterogenita služeb se může dít jak v čase, tak i v technologii. Proměnlivost u služeb znamená, že záleží kdo, kdy, kde, jak a jakým způsobem službu poskytuje. V procesu poskytování služeb jsou přítomni lidé, zákazníci a poskytovatelé.

Chování zákazníků a zaměstnanců nelze přesně předvídat, proto může být stejná služba vnímána různě. Přičemž zákazník nemusí pokaždé obdržet stejnou kvalitu služby, protože na samotného poskytovatele působí řada okolností jako například únava, která ovlivňuje kvalitu služby, jež má být poskytnuta. [33]

Nehmotnost a proměnlivost služeb jsou příčinou toho, že služby jdou jen obtížně patentovat. Díky proměnlivosti služeb a většímu počtu zúčastněných lidí při procesu poskytování služby je důsledkem toho, že vstup na trh služeb je snadnější a na tomto trhu se nachází více konkurentů než na trhu výrobků. [25]

### **Neoddělitelnost**

Služba nemůže být vykonána odděleně od svého poskytovatele, protože poskytovatel služby je její součástí. Služba je vykonávána v přítomnosti zákazníka, čímž je umožněna dobrá komunikace mezi poskytovatelem služby a zákazníkem. Kdy zákazník může poskytovateli přesně říci nebo popsat, co vyžaduje a totéž platí i naopak. Přičemž zákazník nemusí být vždy přítomen po celou dobu poskytování služby. [33]

Neoddělitelnost služeb je příčinou, že zákazník někdy musí cestovat na místo produkce služby a často je spoluproducentem dané služby. Management organizace musí proto reagovat snahou o oddělení produkce od spotřeby a musí zdokonalovat systém dodávky služeb. [25]

### **Pomíjivost**

Pomíjivost neboli zničitelnost znamená, že služby nelze skladovat a uchovávat pro pozdější použití, vracet či znovu prodávat. Pro daný okamžik jsou služby ztracené. Zákazník má ovšem právo nekvalitní služby reklamovat. Po reklamaci nekvalitní služby může zákazník obdržet zpět své peníze, nebo mu může být poskytnuta sleva z ceny, atd. Ovšem pomíjivost služby je hlavní příčinou, že zákazník obtížně službu reklamuje. [33]

### **Nemožnost vlastnictví**

Tato vlastnost souvisí s nehmotností a pomíjivostí služby, protože zákazník nezíská za své peníze žádné vlastnické právo, ale kupuje si jen právo na poskytnutí dané služby. Nemožnost

vlastnictví ovlivňuje distribuční kanály, a to tak že distribuční kanály jsou přímé nebo velmi krátké. Příkladem u nemožnosti vlastnictví může být čas soukromého lékaře spolu s časově omezeným využitím jeho vybavení. Management organizace proto musí reagovat na důsledný výběr zprostředkovatelů a na vyzvedávání výhod nevlastnění. [25] [33]

### **2.1.2 Poskytovatelé služeb**

Sektor služeb je velmi rozsáhlý, přičemž stát poskytuje skoro ve všech zemích nejvíce služeb pro zákazníky. Poskytovatele služeb lze vymezit podle odvětvové klasifikace ekonomických činností, a to následovně:

- pohostinství a ubytování
- doprava, skladování, pošty
- výzkum a vývoj, služby pro podniky
- pracovníci v bankách a pojišťovnách
- ostatní veřejné, sociální a osobní služby
- školství, zdravotnictví, veterinární a sociální činnosti
- pracovníci v oblasti nemovitostí, pronajímatelé nemovitostí
- obrana, pracovníci veřejné správy a sociálního zabezpečení
- obchodníci, opraváři motorových vozidel a spotřebního zboží [34]

## **2.2 Spokojenost**

Každá organizace či podnik by měla provádět měření spokojenosti svých zákazníků, a to v pravidelných intervalech. Protože měření spokojenosti zákazníků je významným zdrojem informací pro další činnost společnosti.

Spokojenost zákazníka znamená, že jeho očekávání byla naplněna. Spokojenost zákazníka je spojena s hodnocením zakoupeného produktu nebo služby. Spokojenost závisí na vnímání a naplnění očekávání zákazníka ve vztahu k získanému produktu nebo hodnotě. [3]

Existuje několik stupňů spokojenosti. V případě, že přínos nedosáhne patřičná očekávání, je zákazník nespokojen. Pokud jsou očekávání splněna, zákazník je spokojen. Když jsou očekávání splněna nad míru běžného očekávání, je zákazník velmi spokojen. V takovém případě je vysoce pravděpodobné, že zákazník využije stejnou službu znovu. [3]

### **2.2.1 Spokojený zákazník**

Význam spokojeného zákazníka hraje důležitou roli při reklamě společnosti, protože jen spokojený zákazník bude doporučovat svým známým služby dané společnosti, a to zcela zadarmo. Doporučujícímu slovu spokojeného zákazníka je kladena větší váha důvěrnosti od okolí než u obyčejné reklamy od společnosti.

Podle amerického zakladatele moderního managementu Petera F. Druckera je hlavním smyslem podnikatelské činnosti spokojený zákazník, protože spokojenost zákazníků je klíčovým prvkem k jejich udržení. Společnosti se proto musí zaměřit na přání a požadavky zákazníků a snažit se je co nejlépe uspokojovat. [3]

### **2.2.2 Nespokojený zákazník**

Nespokojený zákazník se chová vůči organizaci až agresivně a může negativně ovlivnit své okolí, a tím firmě způsobit finanční ztráty. Organizace by se měla zaměřit na nespokojené zákazníky a snažit se zjistit, s čím jsou nespokojeni. V některých případech se ale objevují tzv. „extrémy“, a to zákazníci, kteří nejsou spokojeni nikdy a s ničím.

Praxe ukazuje, že spokojený zákazník řekne o své kladné zkušenosti zhruba třem lidem, zatímco nespokojený zákazník se svěří až jedenácti osobám ze svého okolí. A proto je důležité pro společnost, každou stížnost prošetřit a popřípadě najít řešení k uspokojení nespokojeného zákazníka, aby se zabránilo šíření negativní reklamy. Neboť následně přesvědčit potencionální zákazníky, že společnost není špatná, je mnohem těžší, než přesvědčit je, že je společnost spolehlivá a dobrá. [3]

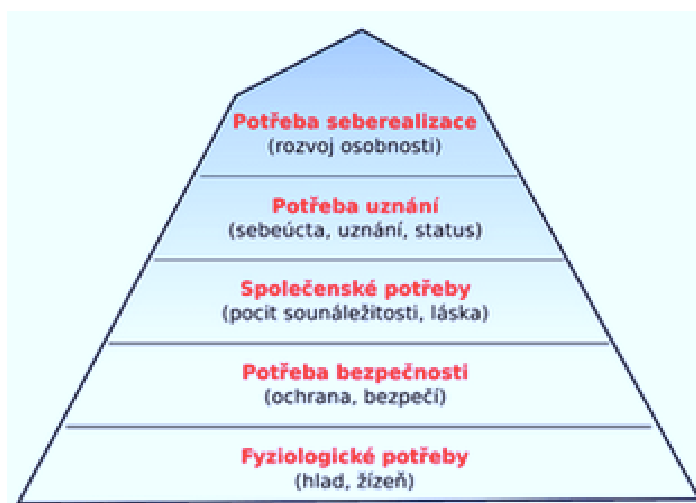
### 2.2.3 Maslowova pyramida potřeb

Maslowova pyramida potřeb (obrázek 2.1) představuje hierarchii lidských potřeb, kterou definoval americký psycholog a sociolog Abraham Herbert Maslow (1908-1970) v roce 1943. Teorie pyramidy potřeb je založena na několika základních předpokladech. Jedním ze základních předpokladů je, že člověk je neustále nespokojený a jeho potřeby se odvíjí od toho, co již má. Motivátorem nemůže být potřeba, která je již uspokojená. Všechny potřeby lze seřadit hierarchicky. Když dojde k uspokojení jedné potřeby, objeví se nová neuspokojená potřeba, která se řadí do vyššího stupně uspokojování. Maslowova pyramida je založena na tom, že každý člověk má své individuální potřeby, které nejsou uspokojeny, a proto pociťuje určitou nespokojenost se svojí momentální situací. [23]

Základnu této pyramidy tvoří fyziologické potřeby, například jako hlad, žízeň, dýchání, atd. Druhým stupněm v pyramidě jsou potřeby bezpečnosti, kdy příkladem může být pocit bezpečí, jistota práce nebo bydlení, atd. Třetím stupněm jsou společenské potřeby, do kterých se řadí láska, partnerství, přátelství, atd. Čtvrtým stupněm je potřeba uznání, kdy člověku už nejde o peníze, ale o sebeúctu a uznání od okolí. Vrchol Maslowovy pyramidy tvoří potřeba seberealizace, neboli jde o snahu rozvíjet svou osobnost a mít radost z vykonané práce. [5]

Obrázek 2.1

#### Maslowova pyramida



Zdroj: HOLDEN, C. *Maslowova pyramida lidských potřeb* [23]



## 2.3 Marketingový mix služeb

Marketingový mix zahrnuje všechny podnikové aktivity, jimiž je možno ovlivnit kupujícího. Jednotlivé prvky marketingového mixu může společnost používat podle konkrétních potřeb a v různé intenzitě na konkrétní zákazníky.

Původně obsahoval marketingový mix čtyři prvky, a to produkt, cenu, místo a propagaci. Postupem času však firmy poskytující služby zjistily, že výše zmíněné čtyři prvky nejsou dostačující pro poskytování služeb. Proto byl klasický marketingový mix rozšířen o další tři prvky, a to o materiální prostředí, lidé a procesy. Přidáním těchto tří prvků, byl dán základ pro vytvoření marketingového mixu služeb (tabulka 2.1). [25]

Tabulka 2.1

### Marketingový mix pro oblast služeb

<b>Produkt</b>	<b>Cena</b>	<b>Místo</b>	<b>Podpora prodeje</b>
Rozsah Kvalita Záruky Produkční řada Úroveň značky Prodejní služby	Úroveň Slevy Platební podmínky Kvalita versus cena Vnímání hodnoty služeb zákazníkem	Přístupnost Umístění Distribuční kanály	Reklama Osobní prodej Přímý marketing Podpora prodeje Propagace Public relations
<b>Lidé</b>		<b>Materiální prostředí</b>	<b>Procesy</b>
Zaměstnanci: Vzdělání Výběr mezi zaměstnanci Přínosy Postoje Motivace Mezilidské vztahy	Zákazníci: Chování Kontakty	Zařízení Rozmístění Barevnost Úroveň hluku Hmotné podněty Uskladňování zboží	Postupy Mechanizace Politika Rozhodování podřízených Spolupráce se zákazníky Průběh aktivit

Zdroj: JANEČKOVÁ, Lidmila., VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb*. [25]

### 2.3.1 Produkt

Pod pojmem produkt si většina lidí představí pouze výrobek nebo službu, ale tento pojem zahrnuje také sortiment, kvalitu, design, obal, image a prestiž výrobce, záruky, značku a další služby spjaté s produktem. Tyto faktory mohou spotřebitele výrazně ovlivnit při rozhodování o koupi produktu. Produktem se tudíž rozumí vše, co firma nabízí spotřebiteli, aby uspokojila jeho potřeby. Služba jako samostatný produkt není snadno specifikovatelná. Služba obsahuje nejenom hmotné a nehmotné prvky, ale také i sociální, psychologické a funkční užítky nebo výhody. Produktem může být služba, myšlenka nebo zboží nebo kombinace všech tří výstupů.

Pojem služba obsahuje tři prvky:

- psychologické výhody nabídky
- materiální prvky, které jsou hmotné povahy
- smyslové prožitky jako jsou např. chuť, čich, sluch, atd. [33]

### 2.3.2 Cena

Cena vyjadřuje hodnotu peněz, za kterou se daný produkt prodává. Cena v sobě také zahrnuje slevy, podmínky a termíny placení, náhrady či možnosti splácení. Tento marketingový prvek jako jediný přináší firmě zisk a je nejpružnějším prvkem marketingového mixu. Pod pojmem tržní cena se rozumí cenová hranice, kterou jsou ochotni a schopni kupující zaplatit za určitou kvalitu a množství. Existuje několik typů výše cen, a to od penetrační ceny, která je velice nízká a je stanoven na úrovni nákladů firmy, až po tzv. „smetánkou“ cenu, která je velmi vysoká a je zaměřena na zákazníky, kteří mají rádi luxusní zboží. [33]

### 2.3.3 Místo

Marketingový prvek místo zpřesňuje, kde a jak se bude daný produkt prodávat, neboli jde o proces, kterým se dostává správný produkt od správného prodejce ke správnému zákazníkovi, ve správném množství, ve správné kvalitě, ve správný čas a na správné místo.

Dále jsou v tomto prvku zahrnuty distribuční cesty a jejich dostupnost, logistika, doprava a prodejní sortiment. Existuje několik distribučních cest, ze kterých si může kupující vybrat, jak a kde si produkt koupí. Například jestli si produkt koupí z domova přes internet, nebo přímo v prodejně. Dále existují distribuční cesty mezi drobnými a velkými maloobchodníky a jejich zprostředkovateli. Rozhodování o zapojení jednotlivých zprostředkovatelů do procesu distribuce výrobků a služeb musí být promyšlené a pro správné rozhodnutí je nutné provést analýzu potřeby tohoto zapojení.

### **2.3.4 Propagace**

Propagace se zabývá otázkou, jak se spotřebitelé o produktu dozvědí. Propagace spotřebitelům nebo konkurenčním firmám poskytuje základní informace o nabídce produktů v dané organizaci. Hlavním nástrojem propagace je reklama, která je nejvýraznějším a neúčinnějším nástrojem propagace. Mezi další nástroje propagace patří například podpora prodeje, public relations, přímý marketing, atd. [33]

### **Reklama**

Jedná se o placenou, neosobní a masovou prezentaci zboží, myšlenek a služeb, která je realizována prostřednictvím různých médií jako například televize, rozhlasové stanice, noviny, internet, atd. za účelem zvýšení prodeje. Každá reklama by se měla držet několika zásad, a to pravdivosti, věcnosti, působivosti a efektivnosti.

### **Podpora prodeje**

Jedná se o stimulaci prodeje výrobků a služeb prostřednictvím dodatečných podnětů. Cílem podpory prodeje je zvýšení prodeje, stimulace zákazníka ke koupi většího množství, stimulace k vyzkoušení zboží nebo k opětovnému nákupu.

Prostředky, které slouží k dosažení cíle u podpory prodeje, jsou například:

- loterie
- různé soutěže

- vzorky zdarma, dárky, kupóny
- předváděcí akce v místě prodeje
- zábavné akce, veletrhy a výstavy [28]

### **Public relations**

Public relations neboli vztahy s veřejností představují nepřímou komunikaci mezi organizací a veřejností. Public relations souvisí nejen s produkty, ale i s prestiží a image celé organizace.

Mezi prostředky public relations se například řadí:

- prostředky Investor relations (vztahy k investorům)
- prostředky Employee relations (vztahy se zaměstnanci)
- lobbying (získávání poslanců v rámci nějakého zákona)
- veřejné akce (firemní večírky, kulturní a sportovní akce)
- prostředky Media relations (tiskové zprávy, články v tisku)
- prostředky skupinového působení (výroční zprávy, publikace a semináře)
- prostředky individuálního působení (charitativní dary, upomínkové předměty) [28]

### **Přímý marketing**

Přímý marketing je způsob marketingové komunikace, při které firmy oslovují zákazníky přímým adresným oslovením například pomocí e-mailu, pošty, telefonu, atd.

### **Osobní prodej**

Jedná se o osobní komunikaci prodejce s jedním nebo s více zákazníky najednou. Největší výhodou u tohoto nástroje propagace je okamžitá zpětná vazba. Prodejce může okamžitě měnit svou prodejní a vyjednávací strategii tak, aby se mu podařilo co nejlépe dosáhnout úspěšného prodeje. [28]

### 2.3.5 Lidé

Lidé jsou jedním z významných prvků marketingového mixu služeb, protože při poskytování služeb ve většině případů, dochází k přímému kontaktu se zákazníky. Proto všeobecně lidé ať už zaměstnanci, nebo zákazníci mají přímý vliv na kvalitu výrobků a služeb.

Podíl lidí na nabídce služeb má tři formy, a to:

- účast zaměstnanců v organizaci, která službu poskytuje
- aktivní zapojení zákazníka jako spoluproducenta dané služby
- referenční trhy (zákazníci, jejich příbuzní a známí, zaměstnanci dané firmy, atd.) [25]

### 2.3.6 Materiální prostředí

U nehmotných služeb nedokáže zákazník dostatečně posoudit kvalitu služby dříve, než ji spotřebuje, a proto je materiální prostředí důležitým prvkem marketingového mixu služeb. Materiální prostředí totiž vytváří nejen první dojmy a vjemy, ale také může navodit příznivé či naopak nepříznivé očekávání u zákazníka.

Do materiálního prostředí se řadí jak vzhled a oblečení zaměstnanců, tak i vzhled kanceláří s potřebným vybavením nebo vzhled různých salónů, kde je služba poskytována a také celkový vzhled budovy organizace a jejího okolí. Proto dobře promyšlené pracovní prostředí může zákazníkovi navodit pocit, že služba bude provedena kvalitně a profesionálně. [25]

### 2.3.7 Procesy

Pomocí procesů jsou realizovány všechny služby, které organizace nabízí. Každý proces je určitý logický postup či sled nějakých kroků, činností, mechanismů či úkolů, které mají zajistit správné poskytnutí služby a spokojenost zákazníka. Existuje několik procesů při poskytování služeb, mezi něž se například řadí masové služby, zakázkové služby nebo profesionální služby.

### **Masové služby**

U masových služeb se jedná o neosobní komunikaci pro velký počet anonymních zákazníků. Jedná se například o finanční služby, bankovní služby, o služby z cestovního ruchu nebo také o dopravní služby. [25]

### **Zakázkové služby**

U zakázkových služeb se klade velký důraz na přizpůsobení konkrétním požadavkům zákazníka, kdy se mu finální produkt doslova „šije na míru“. Do zakázkových služeb se řadí například různé objednávky na pečení cukroví, či jiných pochutin, montážní služby nebo služby opraven, atd.

### **Profesionální služby**

Profesionální služby jsou poskytovány pouze specialisty, kteří mají dostatečné vzdělání a vědomosti k poskytování těchto služeb. Cena za profesionální služby bývá zpravidla vyšší než u ostatních služeb, protože se do ceny za službu promítá zkušenost a odbornost poskytovatele a u těchto služeb je i zajištěna vysoká kvalita. Patří sem například právnické služby, poradenské služby, účetní služby, zdravotnické služby, atd. [25]

## **2.4 Neziskové organizace**

Neziskové organizace se zabývají něčím jiným než podnikatelské organizace nebo vládní organizace. Zatímco podnikatelský sektor poskytuje výrobky nebo služby a vytváří zisk, produktem neziskové organizace je změněná lidská bytost. Profesori Salamon a Anheier ve svých studiích definovali pět základních vlastností, podle nichž se určí nestátní nezisková organizace. Nestátní neziskové organizace jsou tedy soukromé, neziskové, dobrovolné, institucionalizované, samosprávné a nezávislé. [33]

V České republice většina neziskových organizací plní funkci poskytovatele služeb místo participační funkce, to znamená, že neziskové organizace dávají možnost lidem vyjadřovat své názory, zájmy nebo řešit problémy skrze ně (mobilizace občanů).

Neziskové organizace jsou členěny podle různých kritérií, která se mohou navzájem prolínat. Mohou se dělit například podle legislativy, poslání organizace, financování nebo podle míry mobilizace občanů, při řešení nějakého problému ve společnosti, atd.

V České republice působí neziskové organizace v následujících oblastech:

- politika – například politické strany a hnutí
- náboženství – například kostely, mešity, synagogy
- sport a rekreace – například sportovní kluby, dětské tábory, kluby přátel
- ekologie – například ochrana životního prostředí, ochrana zvířat a rostlin
- mezinárodní aktivity – mezinárodní podpora v neštěstí, rozvojová pomoc
- ochrana práv a obhajoba zájmů – právní poradenství, ochrana spotřebitele
- rozvoj obce a bydlení – například dobrovolní hasiči, chovatelé, zahrádkáři
- zdraví – například nemocnice, ambulance, lékařské pohotovosti, rehabilitace
- profesní a pracovní vztahy – například profesní komory a odborové organizace
- organizování dobročinnosti – církevní charitativní aktivity, charitativní nadace
- kultura a umění – například knihovny, divadla, muzea, zoo, umělecká představení
- sociální služby – služby handicapovaným, služby pro starší občany, péče o mládež
- vzdělávání a výzkum – např. přípravy od předškolní výchovy až po vysoké školy [33]

### 3 Metodika výzkumu

Marketingový výzkum obsahuje informace o metodice výzkumu, podle kterého budou získávány informace a údaje o využívání a spokojenosti čtenářů s danými službami v Městské knihovně v Rožnově pod Radhoštěm. V metodice výzkumu se používají jak data primární, tak i data sekundární.

Primární data budou získána z marketingového výzkumu, kdy pomocí náhodného výběru, bude prováděno elektronické a osobní dotazování čtenářů v různé věkové kategorii v Městské knihovně v Rožnově pod Radhoštěm. Toto elektronické a osobní dotazování bude realizováno pomocí dotazníku s polostrukturovanou podobou, neboli s polostrukturovanými otázkami. Sekundární údaje budou použity z webových stránek a z interních informací knihovny.

Marketingový výzkum je založen na specifikaci, shromažďování, analýze a interpretaci informací, které mají sloužit jako podklad pro rozhodování v procesu marketingového řízení. Marketingový výzkum je cílevědomá a organizovaná činnost, která spočívá v systematické, marketingové situaci, kterou je nutné vyřešit. Na začátku každého marketingového výzkumu se obecně rozlišují dvě hlavní etapy výzkumu, a to přípravná a realizační fáze. [28]

#### 3.1 Přípravná fáze

Přípravná fáze zahrnuje kroky vedoucí k vytvoření předpokladů pro zahájení marketingového výzkumu. Bez dobře připravené přípravné fáze nelze začít s realizační fází, protože vzniká riziko získání nepravdivých nebo zkreslených výsledků.

##### 3.1.1 Harmonogram dotazníkového šetření

Pro znázornění průběhu školní praxe a probíhajícího dotazníkového šetření, byl zvolen časový harmonogram vyjádřený v tabulce 3.1. Tabulka se skládá z časových úseků a z jednotlivých činností, které byly do těchto časových úseků zaznamenány. Pro lepší orientaci byly barevně vyznačeny pole, které znázorňují dobu trvání vykonávání jednotlivých činností.



Tabulka 3.1

**Harmonogram dotazníkového šetření**

Činnosti	Časový úsek							
	5.10.	12.10.	2.11.	9.11.	31.1.	14.2.	15.2.	18.2.
<b>Definice problému</b>	<b>X</b>	<b>X</b>						
<b>Tvorba dotazníku</b>		<b>X</b>	<b>X</b>					
<b>Pilotáž</b>			<b>X</b>	<b>X</b>				
<b>Sběr údajů</b>				<b>X</b>	<b>X</b>			
<b>Zpracování údajů</b>					<b>X</b>	<b>X</b>		
<b>Vyhodnocení údajů</b>						<b>X</b>	<b>X</b>	
<b>Interpretace výsledků</b>								<b>X</b>

**3.1.2 Definování problému**

Městská knihovna v Rožnově pod Radhoštěm je jediná knihovna v tomto městě. Knihovna eviduje přibližně 3 000 zaregistrovaných čtenářů k 31. prosinci 2010, jak vyplývá z jejích statistik, a těmto čtenářům poskytuje řadu komplexních, knihovnických služeb. [29]

Marketingový výzkum bude zaměřen na využívání a spokojenost čtenářů se službami Městské knihovny v Rožnově pod Radhoštěm. Snahou marketingového výzkumu bude zjistit, zda jsou čtenáři dostatečně informováni o všech službách, které knihovna poskytuje a také jak jsou se službami, které využívají, spokojeni. V případě, že některou službu nevyužívají, jaký k tomu mají důvod, nebo jestli se jedná pouze o to, že danou službu nepotřebují využívat.

Segment, na který se bude marketingový výzkum zaměřovat, budou muži i ženy v jakémkoli věkovém složení, kteří přijdou do knihovny v předem určeném termínu, kdy bude probíhat sběr údajů, nebo v daném termínu vyplní a odešlou elektronický dotazník.

### **3.1.3 Cíl marketingového výzkumu**

Cílem marketingového výzkumu je analýza využívání a spokojenosti čtenářů se službami Městské knihovny v Rožnově pod Radhoštěm a případné zpracování návrhů a doporučení na zlepšení úrovně poskytovaných služeb.

### **3.1.4 Plán marketingového výzkumu**

K měření využívání a spokojenosti čtenářů se službami knihovny bude využit kvantitativní výzkum. Zvolenou technikou sběru dat v tomto marketingovém výzkumu bude elektronický a tištěný dotazník s polostrukturovanou podobou. Kdy tazatel, bude náhodně oslovovat respondenty, kteří přijdou osobně do knihovny, neboli použije nereprezentativní techniku vhodné příležitosti.

Aby se zvýšil okruh potenciálních respondentů, budou čtenářům, kteří mají v knihovně zaregistrovanou emailovou adresu, rozeslány dotazníky v elektronické podobě. A protože má knihovna vytvořen vlastní profil na facebooku, bude dotazník vystaven i na této stránce.

Základní soubor bude vytvořen ze zaregistrovaných čtenářů Městské knihovny v Rožnově pod Radhoštěm. Snahou tohoto marketingového výzkumu bude, aby velikost výběrového souboru činila alespoň 100 respondentů, ve kterém budou zastoupeny jak ženy, tak i muži v jakékoli věkové kategorii. [28]

### **3.1.5 Nástroj sběru dat**

Nástrojem sběru dat bude tištěný a elektronický dotazník. Dotazník bude polostrukturovaný, protože v tomto marketingovém výzkumu nebude dopředu možné odhadnout všechny odpovědi respondentů. To znamená, že dotazník bude obsahovat nejenom uzavřené otázky, ale také otevřené a hlavně polouzavřené otázky. Dotazník je formulář, který je určený k přesnému a úplnému zaznamenávání potřebných informací a je také velice pružným nástrojem, proto byl zvolen jako nejlepší varianta pro tento marketingový výzkum. [33]

Vytvoření dotazníků se skládá z několika etap. První etapou je stanovení údajů, které mají být zjištěny. Dále musí být určen způsob dotazování a hodnocení obsahu otázek. Autor dotazníku musí stanovit typy otázek a správně je naformulovat. Další etapou je pak konstrukce a struktura samotného dotazníku a jeho formální úprava. Závěrečnou etapou při tvorbě dotazníku je jeho korekce a pilotáž. [28]

### **3.1.6 Vzhled a obsah dotazníku**

Byl vytvořen polostrukturovaný dotazník, který obsahoval celkem 14 otázek. Dotazník měl formát oboustranné A4. Kdy v úvodu dotazníku byl představen tazatel a krátce vysvětleno, čeho se dotazník týká. Respondenti byli ubezpečeni, že je dotazník zcela anonymní a dále bylo uvedeno, pro co budou výsledky použity a kde budou zveřejněny. Byl vysvětlen způsob, jakým mají respondenti dotazník vyplnit a také byly uvedeny podmínky pro odevzdání dotazníku. Na konci dotazníku bylo přidáno poděkování respondentům za ochotu, trpělivost a čas, který věnovali vyplnění dotazníku. Dotazník obsahoval několik typů otázek, a to uzavřené, otevřené a polouzavřené otázky.

### **3.1.7 Pilotáž**

Dotazník byl po dokončení otestován dvěma způsoby, aby se předešlo následným nedorozuměním či nejasnostem. Za prvé tvůrce dotazníku si jej pečlivě a poctivě vyplnil. Přičemž se nažil přistupovat k vyplňování dotazníku jako čtenář, který ho vidí poprvé a snažil se dívat na vyplňování odpovědí z různých hledisek a hledat případné chyby v dotazníku. Dále se tvůrce dotazníku snažil předpokládat dodatečné otázky od respondentů, aby mohlo dojít k co nejvyšší kvalitě a nejpresnějšímu vyplnění dotazníku.

Po tomto otestování byl dotazník nechán ke zkušebnímu vyplnění ještě dalším 6 lidem, aby se zvýšila pravděpodobnost, že i ostatní respondenti správně pochopí všechny otázky, a tudíž nedojde ke zkreslení výsledků. Pilotáž dotazníku proběhla v pořádku, proto již nebyl důvod dotazník zásadně pozměňovat.

## **3.2 Realizační fáze**

Realizační fáze zahrnuje konkrétní kroky, které vedou k uskutečnění marketingového výzkumu. Prvním krokem je sběr údajů, poté následuje zpracování, analýza a vyhodnocení údajů a posledním krokem je interpretace výsledků výzkumu.

### **3.2.1 Sběr údajů**

Sběr dat probíhal v budově Městské knihovny v Rožnově pod Radhoštěm od 9. listopadu 2010 do 31. ledna 2011. Protože někteří čtenáři nebyli ochotní dotazník vyplnit přímo na místě například z důvodu nedostatku času, mohli si jej odnést domů s tím, že za měsíc při vrácení knih ho mohou vyplněný donést nazpět. Proto rozdávání dotazníků probíhalo do konce roku 2010 a v následujícím roce v měsíci lednu se už pouze vybíraly vrácené a vyplněné dotazníky. Výjimkou při sběru dat v lednu však byli čtenáři, kteří byli ochotni dotazník vyplnit přímo na místě, proto bylo těmto respondentům vyplnění umožněno.

Dále se dotazníky rozeslaly i v elektronické podobě, a to díky tomu, že knihovna začala od léta 2010 evidovat emailové adresy čtenářů. Dalším způsobem jak probíhal sběr dat, bylo také vystavení dotazníku na stránkách na facebooku, kde má knihovna vytvořený svůj profil. Dotazníkové šetření bylo prováděno v době výkonu praxe. Po skončení autorovy školní praxe pokračovaly v rozdávání dotazníků pracovnice knihovny, a to do konce roku.

### **3.2.2 Zpracování údajů**

Získané údaje byly zpracovávány jednak ručně a jednak pomocí výpočetní techniky. Ze základního balíčku Microsoft Office byl využit tabulkový program Microsoft Excel, který je účinným pomocníkem pro analýzy, sdílení a správu informací.

Jednotlivé dotazníky se musely roztrždit a zkontrolovat jestli jsou vyplněny správně, protože jinak by se musely z dotazníkového šetření vyřadit. Nakonec musely být všechny dotazníky znovu přepočítány a zkontrolovány, jestli byly všechny údaje správně zaznamenány, aby nedošlo ke zkreslení výsledků.

### **3.2.3 Analýza a vyhodnocení údajů**

Po zpracování všech získaných údajů, bylo zahájeno vyhodnocování výsledků. Pro vyhodnocení výsledků tohoto marketingového výzkumu, byla zvolena kombinace podoby výstupů ve slovní, tabulkové nebo grafické formě. Konkrétní forma vyhodnocení u jednotlivých otázek se zvolila tak, aby vyhodnocené výsledky byly co nejpřehlednější a měly co největší vypovídací hodnotu nejen pro pracovníky knihovny, ale po zveřejnění také pro uživatele knihovny.

### **3.2.4 Interpretace výsledků**

Výsledky marketingového výzkumu byly zveřejněny v elektronické podobě v měsíci únoru 2011 po dokončení vyhodnocení, a to na webových stránkách Městské knihovny v Rožnově pod Radhoštěm. Kde byl jednak na stránkách knihovny zveřejněn slovní komentář k zjištěným výsledkům a také i grafická podoba těchto výsledků. Odkaz na stránku obsahující získané výsledky byl také uveden v profilu knihovny na stránkách na facebooku.

## **4 Analýza výsledků výzkumu**

Analýza výsledků výzkumu obsahuje dvě části, a to analýzu současného marketingového mixu služeb v Městské knihovně v Rožnově pod Radhoštěm a poté celkové vyhodnocení jednotlivých otázek z dotazníkového šetření. V analýze se pro vyhodnocování výsledků používá jak slovní, tabulkové, tak i grafické řešení.

### **4.1 Analýza současného marketingového mixu v knihovně**

Do analýzy současného stavu v Městské knihovně v Rožnově pod Radhoštěm byly zahrnuty všechny prvky marketingového mixu služeb. Těmito prvky marketingového mixu služeb jsou produkt, cena, místo, propagace, lidé, materiální prostředí a procesy.

## Produkt

Knihovní fond je vytvořen z 68 185 kusů knihovních jednotek. Naučnou literaturu tvoří 24 585 knihovních jednotek, krásnou literaturu tvoří 40 613 knihovních jednotek, mapy jsou zastoupeny v počtu 335 kusů knihovních jednotek, zvukové dokumenty jsou v počtu 2 507 kusů a ostatní dokumenty (například elektronické dokumenty, video, atd.) jsou zastoupeny v počtu 145 kusů knihovních jednotek a počet docházejících periodik (novin a časopisů) do knihovny je celkem 159 kusů. [29]

Dokumenty mohou uživatelé vyhledávat přímo v knihovně buď sami nebo s pomocí knihovníků, nebo mohou využít vyhledávání v online katalogu knihovny. Tento katalog je přístupný z jakéhokoli počítače s připojením na internet. Výhodou online katalogu je, že je také veřejně přístupný, a tudíž v něm mohou vyhledávat i neregistrovaní uživatelé, což může pozitivně ovlivnit jejich rozhodnutí pro zaregistrování do knihovny.

## Cena

Čtenářem knihovny se může stát každý občan s tím, že děti do 15ti let věku jen se souhlasem rodičů. Čtenářem může být i cizinec na základě předložení povolení k pobytu a cestovního pasu. Registrační poplatek na celý rok činí pro dospělé 120,- Kč a snížený poplatek 60,- Kč je určen pro děti, studenty a důchodce. Za registrační poplatek je čtenáři vystaven nepřenosný čtenářský průkaz, který majitele opravňuje k půjčování si literatury z dané knihovny. Při ztrátě čtenářského průkazu je čtenáři účtován poplatek za vystavení nového průkazu ve výši 20,- Kč. Poplatky za ostatní služby jsou uvedeny v tabulce 4.1.

V Městské knihovně v Rožnově pod Radhoštěm je ustanoveno, že registrovaní čtenáři mají nárok denně na 30 minut připojení k internetu zdarma. Neregistrovaní uživatelé mohou internet v knihovně také využívat zdarma, ale doba připojení je zkrácena na 15 minut denně. Pokud jsou všechny počítače v knihovně obsazeny a přijde další zájemce, musí čtenář, kterému již vypršel daný limit počítač uvolnit. V případě, že další zájemce není, může registrovaný i neregistrovaný uživatel využívat internet delší dobu. [30]

Tabulka 4.1

**Poplatky za služby v knihovně**

<b>Poplatek</b>		<b>Cena v Kč</b>	
Meziknihovní služba (poštovné)		60	
Rezervace	SMS	5	
	Email	5	
	Poštou	5	
Kopírování / tisk	<b>Stránka</b>	<b>Jednostranně</b>	<b>Oboustranně</b>
	A4 – černobíle	2	3
	A3 – černobíle	3	5
	A4 - barevně	10	20
	A3 - barevně	20	40

Čtenář, který nestihne nebo zapomene vrátit knihu včas, obdrží upomínku s informací, že musí uhradit poplatek za nevrácení dokumentu. Knihovnice udělují zpravidla 3 upomínky. Výjimku ovšem tvoří čtenáři, kteří nejsou schopni ani ochotni knihu vrátit ani po třetí upomínce. V takovém případě se posílá čtvrtá, a to poslední upomínka. Výše poplatků stanovených u jednotlivých upomínek je uvedena v tabulce 4.2. [30]

Tabulka 4.2

**Výše upomínek za pozdní vrácení dokumentu**

<b>Upomínka</b>	<b>Poplatek v Kč</b>
1. upomínka	10
2. upomínka	30
3. upomínka	60
Upomínací dopis	80

První upomínka se poštou ještě neposílá. Tato upomínka se čtenáři udělí po uplynutí jednoho měsíce od vypůjčení dokumentu, a to tak, že se do knihovního systému v osobní kartě čtenáře připíše dlužná částka. Druhá upomínka se posílá čtenáři, když od vypůjčení dokumentu uplyne jeden a půl měsíce. Třetí upomínka se poté posílá po uplynutí dvou měsíců od

vypůjčení dokumentu. Teprve čtvrtá upomínka má formu oficiálního upomínacího dopisu, a když ani na tento dopis čtenář nereaguje, je věc postoupena k soudnímu vyřešení, kde veškeré soudní výlohy musí uhradit provinilý čtenář. Upomínací dopis se posílá po uplynutí tří měsíců od vypůjčení dokumentu. [30]

Čtenář je podle výpůjčního řádu knihovny povinen vracet dokumenty ve stanovené lhůtě a v neporušeném stavu. V případě, že čtenář zjistí při vypůjčování dokumentu, že je poškozen, má povinnost tuto skutečnost neprodleně nahlásit pracovním knihovny, protože jinak je každé zjištěné poškození při vracení dokumentu vymáháno po čtenáři, který poškozenou knihu vrací.

V případě ztráty, zničení nebo poškození dokumentu musí čtenář uhradit vzniklou škodu, a to buď stejným výtiskem téhož čísla, titulu, pořizem vázané fotokopie knihy nebo uhrazením finanční částky. Ve všech těchto případech se připočítává manipulační poplatek 150,- Kč u knih a 50,- Kč u časopisů. [30]

## **Místo**

Městská knihovna v Rožnově pod Radhoštěm sídlí nedaleko od centra města. U budovy knihovny se nachází malý a upravený parčík, ve kterém je i skluzavka pro nejmenší čtenáře. Vedle budovy knihovny je malé parkoviště pro osobní auta a cca 10 metrů od budovy se nachází autobusová zastávka městské hromadné dopravy. Do knihovny se, ale místní čtenáři dostanou i zcela pohodlně pěšky, protože cesta z centra města trvá cca 10 minut.

## **Propagace**

Knihovna každý rok pořádá velkou spoustu akcí pro veřejnost. Na svých stránkách pravidelně zveřejňuje na každý měsíc chystané akce. V rámci propagace má knihovna také založen profil na stránkách facebooku, kde pracovníci knihovny zveřejňují například příspěvky a informace, které se týkají knihovny nebo fotky z uskutečněných akcí. Ve spolupráci s TV Beskydem knihovna informuje veřejnost o svých aktivitách prostřednictvím televizního vysílání.



Knihovna také vydává řadu publikací jako například monografie, almanachy poezie, sborníky prací literárních soutěží a průvodce Rožnovem pod Radhoštěm v rámci projektu Město v mé paměti. Dále knihovna také vytváří plakáty a letáky ke svým akcím, které se nachází v knihovně nebo na místech k tomu určených. [30]

## **Lidé**

V knihovně pracuje celkem jedenáct zaměstnanců, z nichž je deset žen. Každý zaměstnanec v knihovně má rozdělené úkoly a každý se stará o část knihovního fondu. Přičemž jeden pracovník je zaměstnaný jako technik a má na starost správu počítačové sítě. Jedna pracovnice knihovny vykonává funkci účetní a vede veškeré účetnictví, které se týká knihovny. Knihovna také podporuje školení svých zaměstnanců.

## **Materiální prostředí**

Vzhled budovy Městské knihovny v Rožnově pod Radhoštěm působí příjemným dojmem, všude je čisto a pořádek, a to i kolem budovy, kde se nachází malý, upravený parčík. Růžová fasáda budovy není nepříjemná, ale spíše naopak. Prostory budovy nejsou dostatečně velké, a to z důvodu nedostatku financí, ale pracovníci udržují knihovní fond v co nejpřehlednějším stavu. Obrazy a další dekorativní předměty dobře doplňují jednotlivé prostory v budově knihovny a docelují tak celkový příjemný vzhled. Oblečení pracovníků knihovny je vhodné a vkusné a samotní pracovníci jsou vždy milí a ochotní pomoci všem čtenářům knihovny s jejich dotazy.

## **Procesy**

Všichni pracovníci knihovny poskytují profesionální služby registrovaným i neregistrovaným uživatelům knihovny. Vždy se jim snaží co nejlépe poradit a poskytnout ty nejkvalitnější služby. V případě, že čtenářům nemohou zcela vyhovět, snaží se jim nabídnout vhodnou alternativu tak, aby co nejvíce uspokojili jejich potřeby.

## 4.2 Vyhodnocení výsledků výzkumu

Kvalitně a poctivě vypracované vyhodnocení marketingového výzkumu může přinést organizaci nedocenitelné informace, které mohou být využity jak ve prospěch celé organizace, tak i ve prospěch jejích zákazníků, či v případě knihovny jejím čtenářům.

### Návratnost dotazníkového šetření

Dotazníkového šetření se zúčastnilo 398 čtenářů neboli respondentů, z nichž 78 % odpovědělo pomocí elektronické formy, a to tak, že vyplněný dotazník zaslali tvůrci dotazníku na jeho emailovou adresu. Zbylých 22 % respondentů vyplnilo dotazník ručně, a to buď přímo na místě v knihovně, nebo z pohodlí domova. Respondenti, kteří dotazník vyplňovali ručně, ho poté odevzdávali přímo pracovnícím knihovny.

Tabulka 4.3

**Typ rozdaných dotazníků**

Typ dotazníku	Rozdáno		Vráceno	
	ks	v %	ks	v %
Tištěné	143	16	86	22
Elektronické	750	84	312	78
<b>Celkem</b>	<b>893</b>	<b>100</b>	<b>398</b>	<b>100</b>

V tabulce 4.3 je zobrazen přehled a rozdělení typů dotazníků, jakým způsobem a kolik kusů bylo rozdáno a kolik kusů dotazníků bylo vráceno nazpět. Počet rozdaných a vrácených dotazníků byl také pro lepší orientaci vyjádřen procentuálně.

Návratnost dotazníkového šetření byla uspokojivá, protože činila 45 %, neboli se vrátilo 398 kusů dotazníků (graf 4.1). I přes uspokojivou návratnost, byla však očekávána větší ochota při ručním vyplňování dotazníků od čtenářů, protože se předpokládalo, že čtenářům vývoj knihovny nebude lhostejný. Bohužel někteří čtenáři nebyli ochotni dotazník vyplnit ať už ručně nebo elektronicky, nebo ho již nevrátili, když si ho vzali k vyplnění domů a z tohoto důvodu se nevrátilo 55 % z rozdaných a rozeslaných dotazníků.

Pro grafické zobrazení výsledků návratnosti dotazníkového šetření byl zvolen výsečový graf, protože pro zobrazení dvou hodnot se ukázal být tento graf jako nejprehlednější. Žlutě zabarvená plocha v grafu značí vrácené množství dotazníků a plocha zabarvená hnědou barvou představuje množství dotazníků, které se nevrátilo od oslovených respondentů. Barvy v grafu byly zvoleny tak, aby bylo na první pohled poznat, co která oblast znázorňuje.

Graf 4.1



### Hodnocení nabídky knihovního fondu

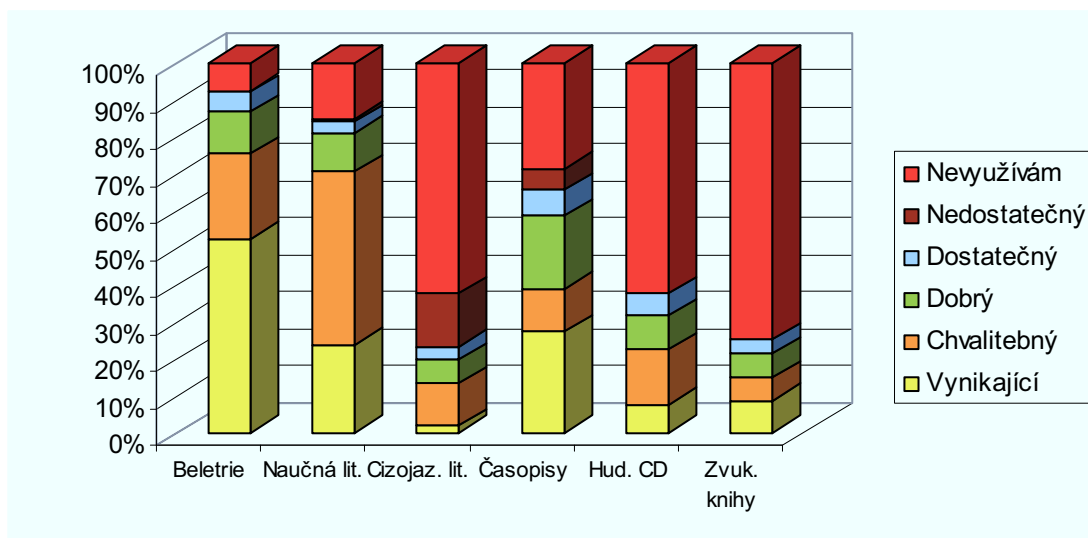
V této otázce měli respondenti zhodnotit na škále od 1 do 5 nabídku knihovního fondu v Městské knihovně v Rožnově pod Radhoštěm. V případě, že respondent nevyužíval některou část z knihovního fondu nebo nechtěl některou část fondu ohodnotit, zaškrtnl políčko „nevyužívám“. Respondenti volili čísla podle významu známek ze základní školy, a to od 1 jako vynikající až po 5 jako nedostatečné.

Nejlépe respondenti ohodnotili beletrii (krásnou literaturu), a to tak že 209 z 398 respondentů hodnotilo tuto část knihovního fondu jako vynikající, což je více než 50 %. Naučná literatura byla nejvíce ohodnocena 186 respondenty jako chvalitebná. Cizojazyčnou literaturu, hudební CD a zvukové knihy většina z dotazovaných respondentů nevyužívá. Přesto 58 respondentů ze 150, kteří využívají cizojazyčnou literaturu v knihovně, ji považuje za zcela nedostatečnou.

Pro zobrazení výsledků byl zvolen skládaný sloupcový graf s prostorovým efektem, jehož jednotlivé sloupce představují danou část z knihovního fondu. Každému hodnocení byla přidělena jedna barva, která je stejná ve všech sloupcích, a která vyjadřuje jednu variantu z možných hodnocení.

Graf 4.2

### Vyhodnocení nabídky knihovního fondu



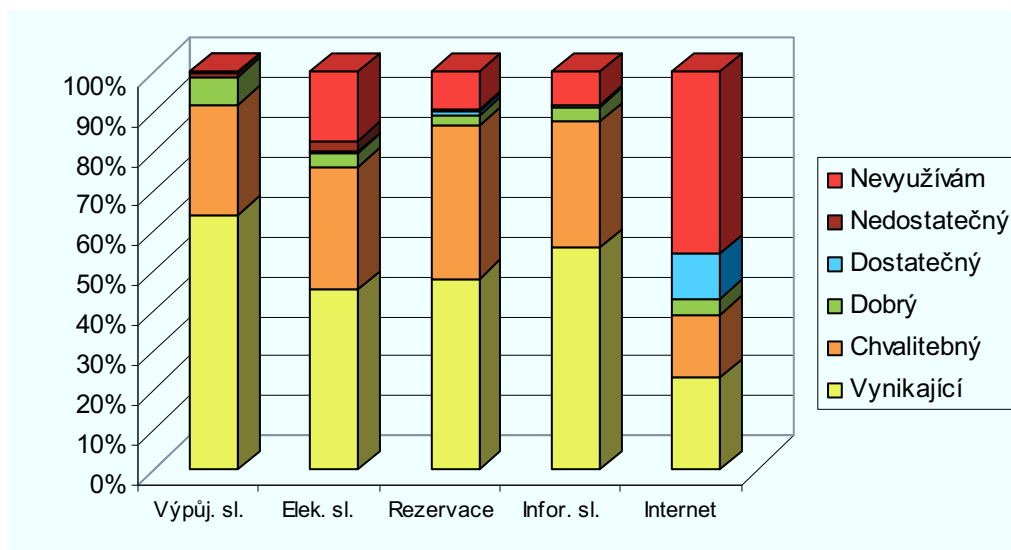
### Hodnocení služeb v knihovně

Respondenti měli zhodnotit služby, které poskytuje Městská knihovna v Rožnově pod Radhoštěm, podle toho jak jsou s nimi spokojeni. Toto hodnocení prováděli pomocí stejné hodnotící škály jako u otázky hodnocení knihovního fondu, a to 1 = vynikající, 2 = chvalitebný, 3 = dobrý, 4 = dostatečný a 5 = nedostatečný. V případě, že službu respondent nevyužíval nebo ji nechtěl ohodnotit, zaškrtnl pole „nevyužívám“.

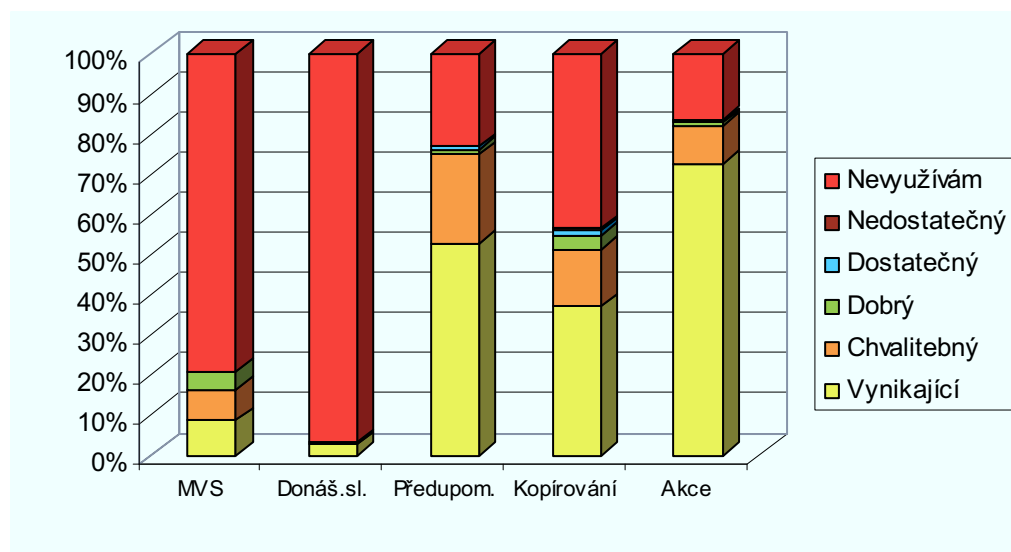
Vzhledem k tomu, že Městská knihovna v Rožnově pod Radhoštěm poskytuje řadu služeb pro své čtenáře, bylo rozhodnuto pro lepší přehlednost, že se graf zobrazující hodnocení jednotlivých služeb, rozdělí na dva samostatné grafy s názvy I. Vyhodnocení služeb v knihovně a II. Vyhodnocení služeb v knihovně. Do těchto dvou grafů se rovnoměrně rozdělily služby poskytované knihovnou, a to v poměru 5:5.

Pro zobrazení výsledků byl zvolen skládaný sloupcový graf s prostorovým efektem, jehož každý jeden sloupec představuje jednu knihovní službu. Každému hodnocení byla přidělena jedna barva, která je stejná ve všech sloupcích a také i v obou grafech.

Graf 4.3

**I. Vyhodnocení služeb v knihovně**

Graf 4.4

**II. Vyhodnocení služeb v knihovně**

V hodnocení služeb v knihovně nejlépe respondenti ohodnotili akce knihovny pro veřejnost, a to 73 % jako vynikající, jak je vidět v grafu 4.4. Na druhém místě se umístila výpůjční služba, kterou jako vynikající označilo 64% z dotázaných respondentů a na třetím místě 56 % respondentů označilo informační službu za vynikající (graf 4.3). V celkovém hodnocení služeb čtenáři hodnotili služby převážně jako vynikající. Donáškovou službu pro seniory a pro nemobilní občany nevyužívá 386 z dotázaných čtenářů. Nedávno zavedenou službu předupomínka ohodnotilo 53 % respondentů jako vynikající, což je velmi pozitivní výsledek, protože to svědčí o dobře provedené práci knihovníků. Tuto službu nejvíce využívají lidé, kteří pracují s internetem, a kteří rovněž poslali dotazník elektronicky.

### Návštěvnost prezentace knihovny na www stránkách a na facebooku

U této otázky respondenti nejenom odpovídali, jestli navštěvují nebo nenavštěvují prezentaci knihovny na www stránkách nebo na facebooku, ale také museli vybrat v případě kladné odpovědi frekvenci návštěv a v případě záporné odpovědi museli vybrat důvod, proč prezentaci knihovny nenavštěvují. Protože se jednalo o polouzavřenou otázku, mohli respondenti doplnit odpověď přesně podle jejich požadavků.

Z tabulky 4.4 je patrné, že na otázku jestli čtenáři navštěvují prezentaci knihovny na www stránkách nebo na facebooku, odpovědělo 57 % respondentů kladně. Ovšem 28 % z navštěvujících respondentů prezentaci knihovny na www stránkách a na facebooku navštěvuje pouze občas. Zbytek respondentů tj. 42 % prezentaci nenavštěvuje a jako nejčastější důvod uvedlo 28 % z nich, že prezentaci knihovny na webových stránkách nebo stránky na facebooku zatím nepotřebovali navštívit. V této polostrukturované otázce 1 % respondentů využilo variantu odpovědi „jiná odpověď“. Respondenti uvedli, že prezentaci knihovny navštěvují jen podle potřeby, nebo jenom kvůli prodlužování knížek.

Tabulka 4.4

#### Návštěvnost prezentace knihovny

Možnost		Absolutní četnost	Relativní četnost v %
Ano	Občas	111	28
	Týdně	52	13
	měsíčně	34	8
	Čtvrtletně	16	4
	Méně často	17	4
<b>Celkem</b>		<b>230</b>	<b>57</b>
Ne	Nepotřeboval/a jsem to	110	28
	Nevěděl/a jsem o tom	35	9
	Nejsou pro mě zajímavé	12	3
	Nemám přístup k internetu	7	2
<b>Celkem</b>		<b>164</b>	<b>42</b>
Jiná odpověď		4	1
<b>Celkem</b>		<b>4</b>	<b>1</b>

Pro zobrazení výsledků byla zvolena jednoduchá tabulka, ve které byly konkrétně uvedeny údaje z dotazníkového šetření. Výsledky byly v tabulce zobrazeny jednak v absolutní četnosti a jednak v relativní četnosti neboli procentuálně. V rámci kladný a záporných odpovědí byl také zařazen mezisoučet pro lepší přehlednost zobrazených výsledků.

### Využívání online katalogu knihovny

Zde respondenti odpovídali, jestli využívají online katalog knihovny, který se nachází na webových stránkách knihovny. V případě, že katalog využívají, museli vybrat mezi dvěma možnostmi, a to jestli katalog využívají často nebo jenom občas. Když respondenti uvedli, že katalog nevyužívají, měli uvést důvod, proč tomu tak je.

Tabulka 4.5

#### Využívání online katalogu knihovny

Možnost		Absolutní četnost	Relativní četnost v %
Ano	Často	94	24
	Několikrát	235	58
<b>Celkem</b>		<b>329</b>	<b>82</b>
Ne	Nepotřeboval/a jsem to	28	7
	Nevěděl/a jsem o tom	22	6
	Katalog je složitý	3	1
	Chodím do knihovny osobně	16	4
<b>Celkem</b>		<b>69</b>	<b>18</b>
Jiná odpověď		0	0
<b>Celkem</b>		<b>0</b>	<b>0</b>

Na otázku zda respondenti využívají katalog knihovny pro vyhledávání knih přes www stránky knihovny, odpovědělo 82 % respondentů kladně. Z 58 % kladných odpovědí vyplynulo, že dotázaní respondenti sice využívají online katalog opakovaně, ale ne příliš často. Respondenti, kteří katalog nevyužívají, své odpovědi rovnoměrně rozdělili mezi záporné odpovědi, a to tak že katalog využívat nepotřebuje 7 % respondentů, 4 % respondentů raději chodí do knihovny osobně a 6 % respondentů o katalogu nevědělo. Pro jedno procento z dotázaných respondentů je katalog příliš složitý a neumí v něm pracovat.

Pro zobrazení výsledků byla zvolena také jednoduchá tabulka, do které byly konkrétně uvedeny údaje z dotazníkového šetření. Výsledky v tabulce byly rozděleny a zobrazeny jednak v absolutní četnosti a jednak v relativní četnosti neboli v procentuální podobě. V rámci kladných a záporných odpovědí byl do tabulky zařazen mezisoučet pro lepší přehlednost zobrazených výsledků.

### Využívání meziknihovní výpůjční služby

Tato otázka se týkala meziknihovní výpůjční služby neboli MVS, která slouží k půjčování knih z jiných knihoven. I tady respondenti v případě kladné odpovědi, museli zvolit frekvenci využívání této služby, nebo případně uvést důvod, proč službu nevyužívají. Pro zobrazení výsledků byla opět zvolena tabulka, ve které byly odpovědi zobrazeny jak v relativní, tak i v absolutní četnosti. Suma kladných a záporných odpovědí byla zvlášť rozepsána pod každou variantu z možných odpovědí.

Tabulka 4.6

#### Využívání meziknihovní výpůjční služby

Možnost		Absolutní četnost	Relativní četnost v %
Ano	Jednou	49	12
	Několikrát	32	8
<b>Celkem</b>		<b>81</b>	<b>20</b>
Ne	Nepotřeboval/a jsem to	252	63
	Nevěděl/a jsem o tom	57	14
	Je zpoplatněna 60 Kč	8	3
<b>Celkem</b>		<b>317</b>	<b>80</b>
Jiná odpověď		0	0
<b>Celkem</b>		<b>0</b>	<b>0</b>

V otázce týkající se využívání meziknihovní výpůjční služby tzv. MVS respondenti nejčastěji odpovídali záporně, a to přesně 79 % ze zúčastněných respondentů. Přičemž 63 % z nich uvedlo, že tuto službu zatím nepotřebovali využít. Tento výsledek svědčí o dobré skladbě knihovního fondu v Městské knihovně v Rožnově pod Radhoštěm, protože čtenáři najdou vhodné knihy přímo v knihovně. Mírně znepokojivé je zjištění, že 14 % neboli 57 respondentů o meziknihovní výpůjční službě vůbec nevědělo. Pouze 2% z dotazovaných respondentů vadilo, že je meziknihovní výpůjční služba zpoplatněna.



## Využívání práce na počítači a přístup k internetu

Tato otázka byla zaměřena na využívání práce na počítačových stanicích umístěných v knihovně a na možnost využívání připojení se k internetu. Zde respondenti volili mezi kladnou a zápornou odpovědí tak, že museli uvést frekvenci využívání připojení k internetu nebo důvod, proč tuto službu nevyužívají.

Pro nejvhodnější zobrazení výsledků byla vybrána tabulka. V tabulce 4.7 byly odpovědi vyjádřeny jak v absolutní, tak i v relativní četnosti. Protože se jednalo o polouzavřenou otázku, 2 % respondentů využilo možnosti „jiná odpověď“.

Tabulka 4.7

### Práce na počítači a přístup k internetu

Možnost		Absolutní četnost	Relativní četnost v %
Ano	Pravidelně	138	34
	Několikrát	72	18
<b>Celkem</b>		<b>210</b>	<b>52</b>
Ne	Nepotřeboval/a jsem to	87	6
	Nevěděl/a jsem o tom	1	1
	PC často obsazené	12	3
	PC a internet doma	82	36
<b>Celkem</b>		<b>182</b>	<b>46</b>
Jiná odpověď		6	2
<b>Celkem</b>		<b>6</b>	<b>2</b>

Z tabulky 4.7 je patrné, že 52 % respondentů využívá v knihovně práci na počítači a přístup k internetu, přičemž 34 % respondentů využívá tuto službu pravidelně a 18 % respondentů využilo tuto službu pouze několikrát. Dále z tabulky vyplývá, že 46 % respondentů uvedlo, že tuto službu nevyužívají, a to z důvodu, že velký počet oslovených respondentů má počítač a internet doma, a to přesně 36 % z dotazovaných respondentů. Dalším důvodem bylo také to, že tuto službu nepotřebují, i když přístup k internetu doma nemají. Tuto variantu uvedlo 6 %. Z celkového počtu 2 % respondentů využilo možnosti „jiná odpověď“, kde uváděli odpovědi, že práci na počítači využívají jen velmi málo, a to 1x, 2x nebo občas, protože počítače jsou často obsazené a není jich v knihovně dostatek.

## Využívání služby předupomínka

Tato služba je v knihovně v podstatě nová a ne mezi všemi čtenáři příliš rozšířená. Proto se od dotazníku očekávalo, že i kdyby vyšlo, že respondenti, kteří se zúčastní dotazníkového šetření, o této službě nebudou vědět, přínosem hlavně pro respondenty bude, že se díky tomuto dotazníkovému šetření o této službě dozví a budou ji moci začít využívat. Toto očekávání se také potvrdilo v odpovědích, které respondenti napsali k této otázce do varianty „jiná odpověď“.

Z dotazníku bylo zjištěno, že službu předupomínka využívá 76 % ze zúčastněných respondentů. Což je velmi pozitivní výsledek vzhledem k tomu, že tato služba byla zavedena teprve nedávno. Možná je to dáno i tím, že internet je čím dál více dostupný a stále více lidí komunikuje přes internet, a proto i občané ve věku 50 nebo 60 let mají zřízený email a aktivně pracují s internetem. V záporných odpovědích převažovaly dvě odpovědi, a to takové, že o této službě 10 % respondentů nevědělo a 10 % respondentů si raději samo hlídá konec výpůjční doby knih.

Celkem 1 % z respondentů zvolilo možnost „jiná odpověď“ a jejich vyjádření se nesou ve stejném duchu, a to že o této službě nevěděli, ale nyní ji již budou využívat. Pro zobrazení výsledků byla použita tabulka, kde výsledky byly vyjádřeny v absolutní i relativní četnosti. Uvedené mezisoučty pod každou variantou odpovědi zlepšily celkovou přehlednost zobrazených výsledků, jež se nacházejí v tabulce 4.8.

Tabulka 4.8

### Využívání služby předupomínka

Možnost		Absolutní četnost	Relativní četnost v %
Ano	Využívám	303	76
<b>Celkem</b>		<b>303</b>	<b>76</b>
Ne	Nevěděl/a jsem o tom	39	10
	Konec výpůjční doby si hlídám sám/sama	41	10
	Nemám zřízený e-mail	12	3
<b>Celkem</b>		<b>92</b>	<b>23</b>
Jiná odpověď		3	1
<b>Celkem</b>		<b>3</b>	<b>1</b>

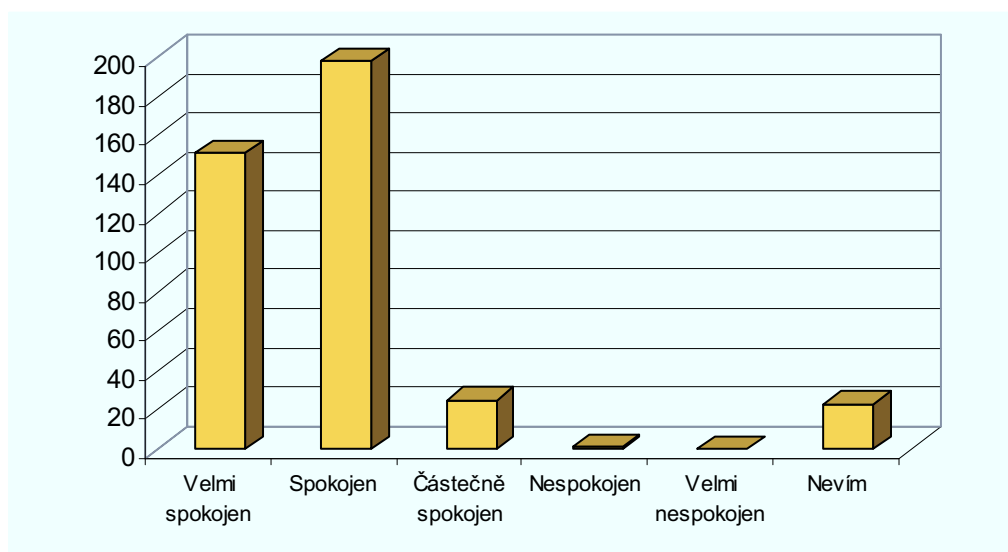
### Spokojenost s vyřízením informačního dotazu

V této otázce byli respondenti dotazováni na to, jakou měrou byli spokojeni s vyřízením jejich informačního dotazu pracovníky knihovny. Tato otázka byla zcela uzavřená a skládala se ze šesti variant možné míry spokojenosti. V případě, že si respondent nemohl vzpomenout, jak probíhalo vyřizování jeho informačního dotazu, nebo se nechtěl v této otázce vyjádřit, vybral variantu „nevím“.

Ze získaných výsledků bylo zjištěno, že ze zúčastněných respondentů bylo 50 % spokojeno s vyřízením jejich informačního dotazu a dokonce 38 % respondentů bylo velmi spokojeno s vyřízením jejich informačního dotazu pracovníky knihovny. Variantu s částečnou spokojeností s vyřízením čtenářova informačního dotazu zvolilo 6 % respondentů. Žádný respondent však neoznačil, že by byl velmi nespokojen, což tento výsledek svědčí o kvalitní práci pracovníků knihovny a o jejich ochotě pomoci a poradit každému čtenáři. Možnost varianty odpovědi „nevím“ zvolilo 6 % respondentů. Pro zobrazení výsledků byl zvolen prostorový sloupcový graf, který porovnává hodnoty pro různé kategorie a jehož jednotlivé sloupce znázorňují míru spokojenosti čtenářů s vyřízením jejich informačního dotazu pracovníky knihovny.

Graf 4.5

#### Spokojenost s vyřízením informačního dotazu



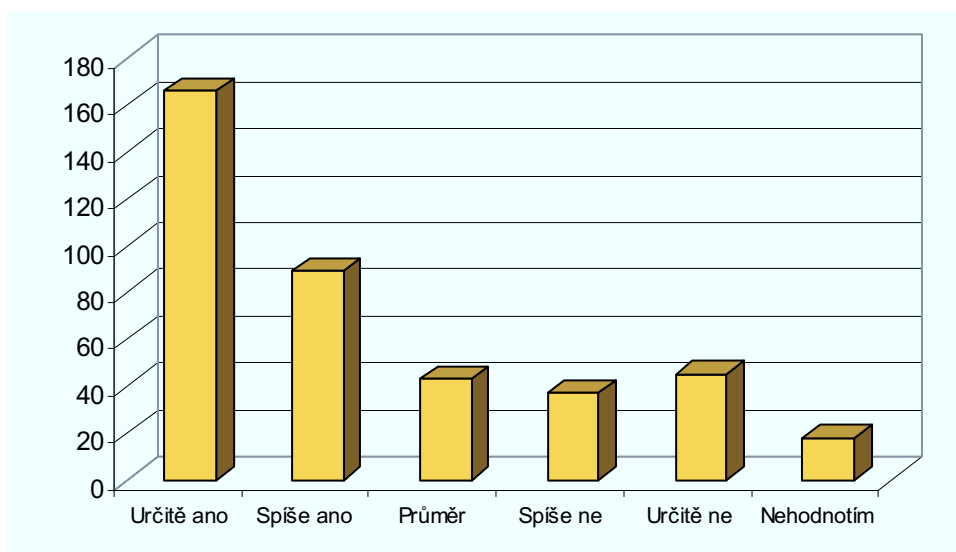
### Spokojenost s rozsahem a kvalitou prostor knihovny

V této uzavřené otázce respondenti odpovídali na to, jak jsou spokojeni s prostory knihovny a se samotnou budovou Městské knihovny v Rožnově pod Radhoštěm. I tato otázka obsahovala šest variant možných odpovědí, ze kterých si mohl respondent vybrat. V okamžiku, kdy si respondent nebyl jist svým hodnocením nebo nechtěl z jakéhokoli důvodu odpovídat na tuto otázku, zaškrtl pole „nehodnotím“.

Z provedené analýzy podle odpovědí respondentů vyplynulo, že 166 respondentů tj. 42 % je zcela spokojeno s rozsahem a kvalitou prostor knihovny. 22 % respondentů hodnotilo prostory knihovny za spíše dostačující, 11 % respondentů se nemohlo rozhodnout, zda se jim prostory knihovny zdají být dostatečné. Naproti tomu 9 % respondentů ohodnotilo prostory knihovny jako spíše nevyhovující a jako zcela nevyhovující označilo tyto prostory 11 % z dotázaných respondentů. 5 % z dotázaných respondentů nechtělo prostory knihovny ohodnotit. Pro zobrazení výsledků byl zvolen prostorový sloupcový graf, který porovnává hodnoty pro různé kategorie a každý jeho jeden sloupec vyjadřuje míru spokojenosti s rozsahem a kvalitou prostor knihovny.

Graf 4.6

**Spokojenost s rozsahem a kvalitou prostor knihovny**

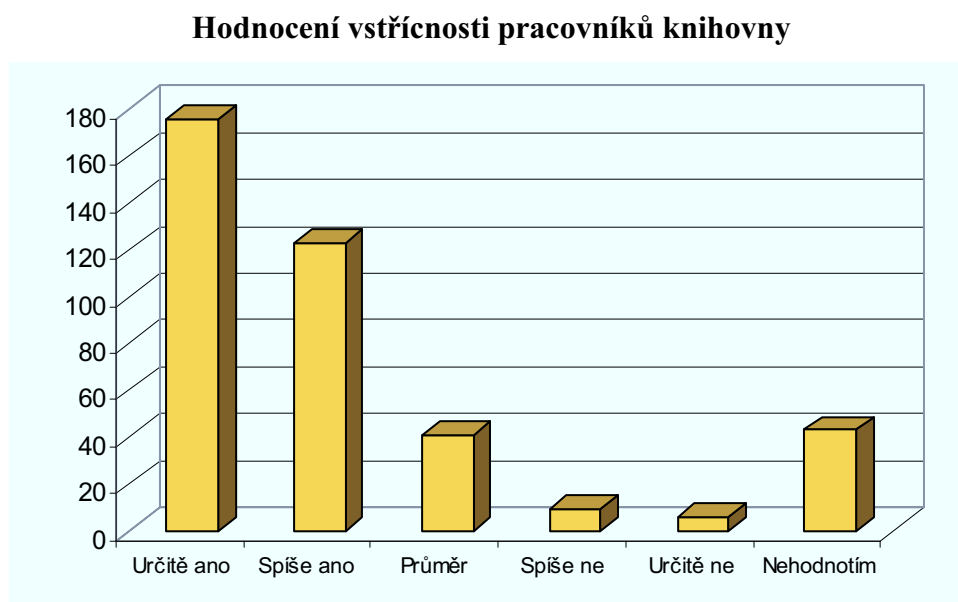


### Hodnocení vstřícnosti pracovníků knihovny

Zde mohli respondenti hodnotit podle svých zkušeností vstřícnost a ochotu pracovníků v knihovně. Při hodnocení vstřícnosti pracovníků knihovny k jejím čtenářům ohodnotilo 176 neboli 44 % respondentů, že jsou určitě spokojeni se vstřícností pracovníků rožnovské knihovny a 123 tj. 31 % respondentů, že jsou spíše spokojeni se vstřícností knihovníků, ale 4 % respondentů nebyli se vstřícností pracovníků knihovny spokojeni.

Pro toto zobrazení výsledků byl zvolen prostorový sloupkový graf, jehož jednotlivé sloupce znázorňují stupnici v hodnocení. Osa y v grafu 4.7 představuje počet čtenářů, kteří se zúčastnili dotazníkového šetření.

Graf 4.7

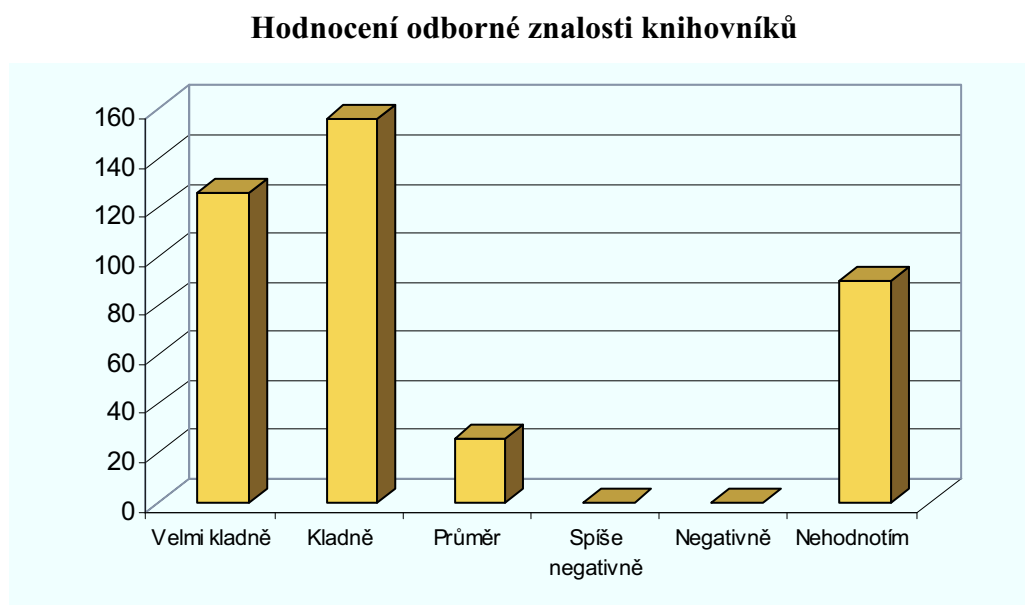


### Hodnocení odborné znalosti knihovníků

Tato otázka byla zaměřena na celkové hodnocení odborné znalosti knihovníků, podle toho jak se čtenářům jeví. Jednalo se o uzavřenou otázku s šesti možnými variantami. V případě, že respondent nechtěl toto hodnocení provést, i když se jednalo o zcela anonymní dotazník, mohl zaškrtnout poslední pole „nehodnotím“, čehož nakonec využilo 23 % neboli 90 respondentů.

Z vyhodnocených dotazníků vyplynulo, že 38 % neboli 156 respondentů hodnotilo odbornou znalost knihovníků za kladnou a 32 % neboli 126 respondentů ohodnotilo odbornou znalost knihovníků jako velmi kladnou. 7 % tj. 26 respondentů zvolilo možnost odpovědi, že znalost knihovníků je průměrná. Negativní hodnocení neudělil žádný z dotázaných respondentů. Pro přehlednost byl vybrán prostorový sloupcový graf, který obsahuje šest sloupců, jehož každý sloupec znázorňuje jednu variantu hodnocení odborné znalosti knihovníků.

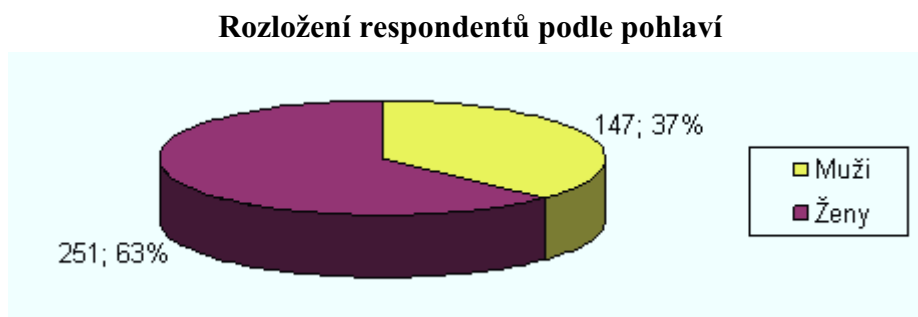
Graf 4.8



### Pohlaví respondentů

Dotazníkového šetření se podle získaných výsledků zúčastnilo více žen než mužů, a to 63 % neboli 251 žen z 398 respondentů. Muži byli zastoupeni v počtu 147 z 398 zúčastněných respondentů. Z toho vyplynulo, že ženy jsou většími čtenářkami než muži. Jednou z možných vysvětlení se nabízí i to, že do knihovny chodí maminky na mateřské, které čtou svým malým dětem. Taktéž mladé dívky se věnují četbě více než chlapci, kteří jsou spíše zaměřeni na počítačové nebo sportovní hry. Ženy na důchodě si také raději přečtou knížku než muži v důchodovém věku, kteří častěji čtou noviny. Rozložení respondentů podle pohlaví je patrné ve výsečovém grafu 4.9, který je vhodný pro zobrazování dvou hodnot, protože je z něj dobře čitelné, co která oblast znázorňuje.

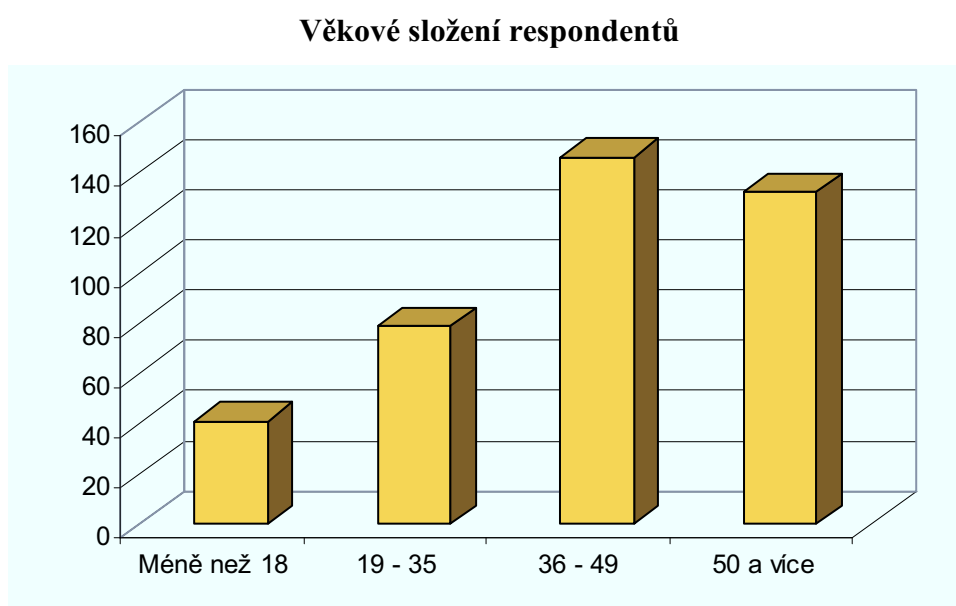
Graf 4.9



### Věkové složení respondentů

Respondenti se v této kategorizační otázce měli zařadit do čtyř věkových skupin. Věkové složení čtenářů bylo docela vyrovnané, ale přesto největší skupinu tvořili respondenti ve věku od 36 do 49 let a v procentuálním vyjádření byla tato skupina zastoupena 37 %. Nejnižší věková skupina do 18 let byla v dotazníkovém šetření zastoupena 10 %. Věková skupina od 19 do 35 let byla zastoupena 20 % a poslední věková skupina respondentů ve věku 50 a více let byla zastoupena v počtu 33 %. Pro znázornění výsledů věkového složení respondentů byl vybrán sloupcový graf s prostorovým efektem, jehož každý jeden sloupec představuje jednu věkovou kategorii zúčastněných respondentů.

Graf 4.10



## Připomínky a náměty

Poslední otázka byla ponechána jako zcela otevřená. V této otázce byl dán prostor respondentům, aby v ní vyjádřili svoje názory, připomínky, nápady a náměty na vylepšení, které by se mohly aplikovat v knihovně a zvýšit tak spokojenost jejích čtenářů. Přestože v otázce byl dán velký prostor pro možné odpovědi respondentů, odpověď uvedlo pouhých 25 respondentů z 398 dotázaných.

Jako nejčastější připomínka od respondentů byla uváděna žádost o přestěhování knihovny do větších prostor. Respondenti také často poukazovali na to, že by byli rádi, kdyby se obměnila nabídka knihovního fondu, protože knihy ze svého oblíbeného žánru již mají všechny přečtené. V této otázce několik respondentů také vyjádřilo pochvaly na dobrou práci knihovníků. Z dotazníkového šetření také vyplývá, že by respondenti uvítali lepší vysvětlivky při vyhledávání knih v knihovním fondu knihovny.

Jako nejlepší forma pro zobrazení výsledků z otevřené otázky byla zvolena tabulka 4.9, která byla rozdělena do dvou sloupců. Do prvního sloupce byly zařazeny připomínky a náměty od respondentů a do druhého sloupce byla zapsána absolutní četnost těchto jevů. Relativní četnost do této tabulky nebyla zařazena vzhledem k nízkému počtu odpovědí.

Tabulka 4.9

### Připomínky a náměty čtenářů ke zlepšení úrovně knihovny

Připomínky a náměty	Absolutní četnost
Přestěhovat knihovnu do větších prostor	6
Více nových knih a více peněz na nové knihy	5
Více počítačů s připojením na internet	3
Zakoupit výtah	1
Zlepšit přístup některých knihovnic ke čtenářům, někdy při oslovení a při radě mám pocit, že je velice obtěžuji	1
Rozšířit odbornou sekci o aktuálnější tituly	1
Vyměnit katalog knihovny za jednodušší a lepší	3
Vylepšit řazení knih např. jako v knihovně v Zubří	2
Úžasná knihovna, krásní lidé, lepší už to být nemůže	1
Výborné hodnocení on-line katalogu a množství akcí	1
Velice kladné hodnocení dětského oddělení a akcí pro děti	1



## **Závěr**

Bakalářská práce byla zaměřena na analýzu využívání a spokojenosti čtenářů se službami Městské knihovny v Rožnově pod Radhoštěm. Tato analýza byla prováděna pomocí dotazníkového šetření, a to prostřednictvím písemných a elektronických dotazníků, které byly rozeslány a rozdávány čtenářům Městské knihovny v Rožnově pod Radhoštěm. Respondenti v dotazníku hodnotili nejen nabídku knihovního fondu a knihovnické služby, ale také odpovídali, jestli tyto služby využívají a pokud ne, uváděli, jaký k tomu mají důvod.

Celkové hodnocení dotazníkového šetření, které proběhlo v Městské knihovně v Rožnově pod Radhoštěm, lze hodnotit jako velmi pozitivní. Tento výsledek svědčí o vysoké úrovni poskytovaných služeb a o dobře vykonávané práci od pracovníků knihovny. Přínosem dotazníkového šetření pro respondenty bylo získání uceleného přehledu a informací o všech službách, které knihovna v současné době poskytuje.

Jak vyplynulo z dotazníkového šetření, i přes celkové pozitivní hodnocení, se objevilo několik aspektů, ve kterých má knihovna mírné rezervy, které by mohla využít pro vylepšení úrovně poskytovaných služeb. Jeden z aspektů byl takový, že respondenti by si přáli obnovení některých částí knihovního fondu, a to zejména beletrie, u které uváděli, že již mají všechny knihy od svých oblíbených autorů přečteny. Dále by respondenti také uvítali rozšíření odborné sekce o aktuálnější tituly. 15 % z dotázaných respondentů uvedlo, že není spokojeno s cizojazyčnou literaturou, kterou považují za zcela nedostatečnou.

Jako řešení této situace bych navrhovala, aby se pracovníci knihovny zaměřili při doplňování knihovního fondu na výše uvedené části tak, aby došlo aspoň k částečné aktualizaci výše zmíněných částí knihovního fondu. Na druhou stranu, zde vyvstává problém s nedostatkem místa pro nové knihy, protože prostory, ve kterých se dnes knihovna nachází, jsou již nedostatečné. Optimálním řešením by tedy bylo, přestěhování knihovny do větších prostor.

Dalším problémem, který souvisí s nedostatkem místa v knihovně, je také řazení knih v jednotlivých regálech v prostorách knihovny. Respondenti si v dotaznících stěžovali na obtížné řazení a následné vyhledávání knih, protože jednotlivé obory seříděné podle

mezinárodního desetinného třídění nejdou logicky, číselně po sobě, ale podle toho jak zrovna vyšlo umístění regálů v prostorách knihovny. Respondenti by si proto přáli vylepšení a zjednodušení tohoto řazení.

Dalším námětem, který respondenti v dotaznících uváděli, bylo přání zakoupit do knihovny více počítačů s připojením na internet. Ohledně tohoto požadavku si myslím, že by knihovna neměla již přikupovat více počítačů, protože čtenáři by do knihovny měli chodit hlavně kvůli knížkám a ne kvůli internetu. Hlavně toto platí v dětském oddělení, kde děti místo toho, aby četli knížky, hrají na počítačích hry.

Z dotazníkového šetření bylo také zjištěno, že 14 % z dotázaných respondentů nevědělo o meziknihovní výpůjční službě, 10 % respondentů nevědělo, že knihovna zavedla službu předupomínka a 6 % respondentů nevědělo o online katalogu, který je k dispozici na webových stránkách knihovny.

Možným řešením této situace by bylo zveřejnění tištěného seznamu všech knihovních služeb, který by byl umístěn na viditelném místě v knihovně nebo na vytvořených stránkách na facebooku. Pro ještě zvýšení informovanosti čtenářů o službách, které knihovna poskytuje, by měli knihovníci provádět pravidelné analýzy spokojenosti čtenářů se službami knihovny.

Cílem bakalářské práce byla analýza využívání a spokojenosti čtenářů se službami Městské knihovny v Rožnově pod Radhoštěm a na základě získaných údajů provést vyhodnocení úrovně využívání a spokojenosti čtenářů se stávajícími službami a zpracování návrhů a doporučení ke zvýšení úrovně poskytovaných služeb v knihovně. Tento cíl jsem splnila.

Základním posláním každé veřejné knihovny je zajištění přístupu k tištěným nebo jinak publikovaným dokumentům. Do knihovny stále uživatelé chodí především proto, aby si půjčili tištěnou knihu nebo případně i jiný dokument. V poskytování této služby nemá knihovna zatím konkurenci. Poskytování této i jiných knihovnických služeb, ale do budoucna nebude stačit. Knihovna by proto v budoucnu neměla být chápána jen jako pouhá půjčovna dokumentů, neboť může poskytnout mnohem více služeb a možností nejen jednotlivcům, ale i skupinám jak ve velkých městech, tak i v malých obcích.

## Seznam použité literatury

- [1] BORCHARDT, Peter. *Marketing pro veřejné knihovny*. 1. vyd. Praha: Národní knihovna, 1994. 187 s. ISBN 80-7050-173-1.
- [2] *Dotazník – online: jak na dotazník* [online]. © 2007 [cit. 2011-04-10]. Dostupné z: <http://www.dotaznik-online.cz/>
- [3] FORET, Miroslav. *Marketingová komunikace*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2006. 276 s. ISBN 80-7226-811-2.
- [4] FORET, Miroslav., STÁVKOVÁ, Jana. *Marketingový výzkum: jak poznávat své zákazníky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2003. 159 s. ISBN 80-247-0385-8.
- [5] FORET, Miroslav., PROCHÁZKA, Petr., URBÁNEK, Tomáš. *Marketing: základy a principy*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2003. 199 s. ISBN 80-7226-888-0.
- [6] GILL, Philip. *Služby veřejných knihoven: směrnice IFLA/UNESCO pro rozvoj*. 20. svazek Praha: Svaz knihovníků a informačních pracovníků České republiky, 2002. 128 s. ISBN 80-85851-14-8.
- [7] *Historie 1996* [online]. 15. 4. 2010 [cit. 2010-10-28]. Dostupné z: <http://www.knir.cz/index.php?kam=oknihovne&id=574>
- [8] *Historie 1997* [online]. 15. 4. 2010 [cit. 2010-10-28]. Dostupné z: <http://www.knir.cz/index.php?kam=oknihovne&id=575>
- [9] *Historie 1998* [online]. 15. 4. 2010 [cit. 2010-10-28]. Dostupné z: <http://www.knir.cz/index.php?kam=oknihovne&id=576>

- [10] *Historie 1999* [online]. 15. 4. 2010 [cit. 2010-10-28]. Dostupné z:  
<http://www.knir.cz/index.php?kam=oknihovne&id=577>
- [11] *Historie 2000* [online]. 15. 4. 2010 [cit. 2010-10-28]. Dostupné z:  
<http://www.knir.cz/index.php?kam=oknihovne&id=578>
- [12] *Historie 2001* [online]. 15. 4. 2010 [cit. 2010-10-28]. Dostupné z:  
<http://www.knir.cz/index.php?kam=oknihovne&id=579>
- [13] *Historie 2002* [online]. 15. 4. 2010 [cit. 2010-10-28]. Dostupné z:  
<http://www.knir.cz/index.php?kam=oknihovne&id=277>
- [14] *Historie 2003* [online]. 15. 4. 2010 [cit. 2010-10-28]. Dostupné z:  
<http://www.knir.cz/index.php?kam=oknihovne&id=390>
- [15] *Historie 2004* [online]. 15. 4. 2010 [cit. 2010-10-28]. Dostupné z:  
<http://www.knir.cz/index.php?kam=oknihovne&id=580>
- [16] *Historie 2005* [online]. 15. 4. 2010 [cit. 2010-10-28]. Dostupné z:  
<http://www.knir.cz/index.php?kam=oknihovne&id=584>
- [17] *Historie 2006* [online]. 15. 4. 2010 [cit. 2010-10-28]. Dostupné z:  
<http://www.knir.cz/index.php?kam=oknihovne&id=719>
- [18] *Historie 2007* [online]. 15. 4. 2010 [cit. 2010-10-28]. Dostupné z:  
<http://www.knir.cz/index.php?kam=oknihovne&id=722>
- [19] *Historie 2008* [online]. 15. 4. 2010 [cit. 2010-10-28]. Dostupné z:  
<http://www.knir.cz/index.php?kam=oknihovne&id=941>

- [20] *Historie 2009* [online]. 15. 4. 2010 [cit. 2010-10-28]. Dostupné z: <http://www.knir.cz/index.php?kam=oknihovne&id=942>
- [21] *Historie 2010* [online]. 2. 6. 2010 [cit. 2010-10-28]. Dostupné z: <http://www.knir.cz/index.php?kam=oknihovne&id=2>
- [22] *Historie knihovny* [online]. 15. 4. 2010 [cit. 2010-10-28]. Dostupné z: <http://www.knir.cz/index.php?kam=oknihovne&id=6>
- [23] HOLDEN, C. *Maslowova pyramida lidských potřeb* [online]. © 2008 – 2011, [cit. 2011-04-07]. Dostupné z: <http://zrcadlo.blogspot.com/2008/06/maslowova-pyramida.html>
- [24] IFLA/UNESCO: *Public Library Manifesto 1994* [online]. 3. 11. 2004 [cit. 2011-04-12]. Dostupné z: <http://archive.ifla.org/VII/s8/unesco/czech.htm>
- [25] JANEČKOVÁ, Lidmila., VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb*. 1. vyd. Praha: Grada, 2001. 179 s. ISBN 80-7169-995-0.
- [26] *Partneři* [online]. 14. 4. 2010 [cit. 2011-04-8]. Dostupné z: <http://www.knir.cz/index.php?kam=oknihovne&id=490>
- [27] ŘEZANKOVÁ, Hana. *Analýza dat z dotazníkových šetření*. 1. vyd. Praha: Professional, 2007. 215 s. ISBN 978-80-86946-49-8.
- [28] SKOŘEPA, Ladislav., VOCHOZKA, Marek. *Základy marketingu*. 1. vyd. České Budějovice: Vysoká škola technická a ekonomická, 2008. 101 s. ISBN 978-80-87278-01-7
- [29] *Statistiky za rok 2010* [online]. 28. 1. 2011 [cit. 2011-04-8]. Dostupné z: <http://www.knir.cz/index.php?kam=oknihovne&id=1019>

- [30] *Středisková knihovna* [online]. 17. 3. 2010 [cit. 2010-10-28]. Dostupné z: <http://www.knir.cz/index.php?kam=oknihovne&id=10>
- [31] *Systém knihoven v ČR* [online]. © 2008 – 2010, [cit. 2011-04-12]. Dostupné z: <http://www.knihovny.cz/co-to-je-knihovna/system-knihoven-v-cr>
- [32] ŠEVČÍK, Zdeněk. *Marketing: úvod do teorie a praxe*. 1. vyd. Ostrava: Amosium servis, 1991. 47 s.
- [33] VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb: efektivně a moderně*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9.
- [34] VISNERY, J. *Marketing služeb – definice služeb*. [online]. 15. 3. 2008 [cit. 2011-04-07]. Dostupné z: <http://blog.zarohem.cz/clanek.asp?cislo=693>
- [35] *Výpůjční řád knihovny* [online]. 12. 5. 2010 [cit. 2011-04-8]. Dostupné z: <http://www.knir.cz/index.php?kam=oknihovne&id=9>

## Seznam zkratk

atd.	a tak dále
cca	přibližně
CD	compact disk
č.	číslo
ČR	Česká republika
Kč	korun českých
MVS	meziknihovní výpůjční služba
např.	například
Sb.	sbírky
s.r.o.	společnost s ručením omezeným
spol. s r. o.	společnost s ručením omezeným
tj.	také jinak
tzn.	to znamená
tzv.	tak zvané
www	world wide web

## Seznam obrázků, grafů a tabulek

Obrázek 2.1	Maslowova pyramida	32
Graf 4.1	Návratnost dotazníkového šetření	51
Graf 4.2	Vyhodnocení nabídky knihovního fondu	52
Graf 4.3	I. Vyhodnocení služeb v knihovně	53
Graf 4.4	II. Vyhodnocení služeb v knihovně	53
Graf 4.5	Spokojenost s vyřízením informačního dotazu	59
Graf 4.6	Spokojenost s rozsahem a kvalitou prostor knihovny	60
Graf 4.7	Hodnocení vstřícnosti pracovníků knihovny	61
Graf 4.8	Hodnocení odborné znalosti knihovníků	62
Graf 4.9	Rozložení respondentů podle pohlaví	63
Graf 4.10	Věkové složení respondentů	63
Tabulka 1.1	Přehled počtu registrovaných čtenářů	18
Tabulka 1.2	Vzdělávací akce a akce pro veřejnost	26
Tabulka 2.1	Marketingový mix pro oblast služeb	33
Tabulka 3.1	Harmonogram dotazníkového šetření	41
Tabulka 4.1	Poplatky za služby v knihovně	47
Tabulka 4.2	Výše upomínek za pozdní vrácení dokumentu	47
Tabulka 4.3	Typ rozdaných dotazníků	50
Tabulka 4.4	Návštěvnost prezentace knihovny	54
Tabulka 4.5	Využívání online katalogu knihovny	55
Tabulka 4.6	Využívání meziknihovní výpůjční služby	56
Tabulka 4.7	Práce na počítači a přístup k internetu	57
Tabulka 4.8	Využívání služby předupomínka	58
Tabulka 4.9	Připomínky a náměty čtenářů ke zlepšení úrovně knihovny	64



## Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci, budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

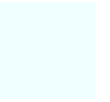
Ve Valašském Meziříčí dne 11. května 2011

.....  
Milada Velčovská

Adresa trvalého pobytu studenta:

Hutisko – Solanec 210

756 62 Hutisko - Solanec



## Seznam příloh

Příloha č. 1

Dotazník